

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПРАВА



*II Міжнародна науково-практична
конференція (заочна форма)
«Формування та перспективи розвитку
підприємницьких структур в рамках
інтеграції до європейського простору»*



Полтава 2019

УДК 330.15:334.723

ББК 65.291.5

Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» – Полтава, 2019. – 715 с.

У матеріалах конференції розглядаються аспекти методології і практики управління господарської діяльності підприємств в рамках інтеграції до європейського простору.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів, фахівців практиків. Матеріали друкуються мовою оригіналів. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

Голова організаційного комітету:

Махмудов Х. З. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Члени організаційного комітету:

Галич О. А. – кандидат економічних наук, доцент, декан факультету економіки та менеджменту Полтавської державної аграрної академії.

Калашник О.В. – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Михайлова О.С. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Писаренко С.В. – кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Кальян О. С. – кандидат юридичних наук, доцент, професор кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Мороз С. Е. – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

ЗМІСТ

Abraham Yulia METHODS OF DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF MOTIVATION IN THE ENTERPRISE	20
Lukash S.M. MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES IN THE PREPARATION OF ENTREPRENEURS	22
Maistrenko K.Y., Yudicheva O., Samoylenko A. COMMODITY ANALYSIS OF SPICES: CINNAMON	23
Аванесян Г.М. ПРАВОВА ДОКТРИНА ЗОБОВ'ЯЗАННЯ У ЦИВІЛЬНОМУ ПРАВІ	26
Алексєєнко А.Р., Чепусенко М.О., Лишенко М.О. ОСНОВНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТОВАРУ ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ	29
Баворовська О. Б., Шегинський І.І., Грень Р.Т. ПРОБЛЕМАТИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	32
Баган М.В. КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НАСИЛЛЯ В СІМ'Ї НАД ДІТЬМИ	35
Басова Ю.О., Губа Л.М., Гнітій Н.В. ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ СОСОК-ПУСТУШОК	37
Бендас Ю. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОПРИБУТКУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ДОВГОСТРОКОВИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ТВАРИННИЦТВА	40
Берлінова Л.В., Кострикiна Н.Ф. ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКВІЗИТІВ МАРКУВАННЯ ІГРАШКИ-БРЯЗКАЛЬЦЯ ТМ «LINDO»	42
Більдiй А. В. ОРГАНІЗАЦІЯ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ СУБ'ЄКТАМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	46
Бiльський І.Б. ПИТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В ПРИКОРДОННОМУ РАЙОНІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	50
Богдан В.С. ВИКОРИСТАННЯ ОСВІТНІХ ІННОВАЦІЙ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СУЧАСНИХ СПЕЦІАЛІСТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ	52
Богомазова В.В., Шепель Н.Г. ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	55
Богословська Я. Р. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТРУДОВОЇ ЕМІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	58
Бойко О. С. ОСОБЛИВОСТІ СПИСАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ	61

Болотова В.В. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	64
Бондаренко-Надеждіна В.В. ПИТАННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ	68
Борисова В. А. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	70
Бражник Л. В., Сорокати В.М. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	74
Бритвнко А. С. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЄ-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ	76
Бугаєнко Д.О. УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА	78
Булик О.Б., СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	82
Буц І.М. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В НОВИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ	86
Васильченко О. В., Лук'яненко О.А., Лишенко М.О. СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ АГРАРНОГО СПРЯМУВАННЯ	88
Васільєв А. С., Пилипенко К.А. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА - НЕОБХІДНІСТЬ В УМОВАХ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	91
Ведмідь М. О. ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	93
Волкова Н. В. СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	96
Воловик А. С. ЗМІНИ ЩОДО ПОРЯДКУ ВЕДЕННЯ КАСОВИХ ОПЕРАЦІЙ	100
Воловик А.С. РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В СПОЖИВЧОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	101
Вороніна А.В., Нестеренко С.В. РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	103
Вороніна В. Л., Мілька А. І. ЕТАПИ ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	107
Воронько-Невіднича Т. В., Коваль В. А. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ	111

МАРКЕТИНГУ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Воронько-Невіднича Т. В., Сугак Р. В.</i> ДЖЕРЕЛА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	113
<i>Гаврилишин Ю.В., Пушак Г.І.</i> СТАЛІЙ РОЗВИТОК РЕГІОНУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	115
<i>Галич О. А., Устименко Т. В.</i> МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	117
<i>Ганчич Д. М.</i> РЕГЛАМЕНТАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УКРАЇНІ	119
<i>Герасименко Ю.С., Велієва В.О.</i> АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ	122
<i>Глуценко Ю.Є., Шумкова О.В.</i> ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	124
<i>Гнатишин Л. Б.</i> ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СЕРЕДОВИЩІ СІМЕЙНИХ ФЕРМ	127
<i>Голобородько В.В.</i> ЕКОНОМІЧНІ ТА НЕЕКОНОМІЧНІ ДЖЕРЕЛА ЕКОНОМІЧНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМЦЯ	131
<i>Головенчик А.В., Ломовських Л.О.</i> ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА	134
<i>Горбенко Є. О., Чумак Р. В.</i> ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ШИН АВТОМОБІЛЬНИХ ТМ «FULDA»	136
<i>Горяча О.Л.</i> ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ	138
<i>Данко А. І., Мороз С.Е.</i> РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	142
<i>Дем'яненко Н. В., Гусейнов М. Д.</i> СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	145
<i>Демидко А.А., Шумкова О.В.,</i> ЗБУТ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	147
<i>Дивнич А. В., Костюк В. Б.</i> ПРОБЛЕМАТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ НЕСТАЧ АКТИВІВ У ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ	150
<i>Діденко Я.О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ТВАРИННИЦТВА ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВО-ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ	153
<i>Дроботя Я. А.</i> ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ	156
<i>Дядик Т.В., Головін Р.</i> РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ	158

ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Дячков Д. В., Москівець Ю. В. ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА	161
Єгорова О.В., Короленко О.В. ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ ВПЛИВИ ТРУДОВОЇ ЕМІГРАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	163
Єременко О. А. ІДЕНТИФІКАЦІЯ МОБІЛЬНИХ ТЕЛЕФОНІВ СЕРІЇ IPHONE	165
Єрмакова Д. В., Пилипенко К. А. ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗА КОНТИНЕНТАЛЬНОЮ СИСТЕМОЮ: НІМЕЧЧИНА	169
Желєзняк А.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІМЕЙНИХ ФЕРМ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	171
Живко З.Б., Руда О.І., Кухарська Л.В. НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	175
Живко М. О., Босак Х. З., Вольних А. І. ІНФОРМАЦІЙНА ФУНКЦІЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	178
Жидовська Н. М. ФОРМИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ БУРЯКОЦУКРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ АПК	180
Жилін Д. Г., Демиденко Л.М. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В УКРАЇНІ	183
Жмайлова О. Г., Звягінцев Б.Ю. ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ МАЛОГО БІЗНЕСУ	186
Жмайлова О.Г., Демченко М.І. ПОКАЗНИКИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	188
Жмайлова О.Г., Вакуленко В. С. ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ В АНАЛІЗІ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	190
Жмайлова О.Г., Цирулік А.М. ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ НАЯВНОСТІ ТА РУХУ ТОВАРІВ В ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	193
Заїка В.М., ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	195
Захаров І. К. ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	198
Зеленський А.В., Зеленський В.А. ФІНАНСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ	201

Зозуля В. М., Олійник А. С. СУТНІСТЬ В'ЮЧНОГО (КІННОГО) ТУРИЗМУ	204
Зубенко Ю. О. Бричко А.М. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ	207
Івченко А.В., Пилипенко К. А. МЕТОДОЛОГІЯ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ: ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА	211
Ігнатенко М.М. УДОСКОНАЛЕННЯ ТРУДОВОГО Й ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ ТА ОСОБИСТИХ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ НА ЗАСАДАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ І СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА СЕЛІ	213
Кайнаш А. П., Будник Н. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ ДЛЯ ДІТЕЙ	216
Калашиник О. В., Заркуа К. Р., Калашиник О. Д. ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ АСОРТИМЕНТУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ	220
Калашиник О. В., Портяник М. І. КРУПА ГРЕЧАНА: СКЛАД, ВЛАСТИВОСТІ ТА ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ	224
Калініченко О. В., Федірець О. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	226
Кальян О.С., Махмудов Х.З., Козаченко Ю.А. ОКРЕМІ ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ПИТАННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ СУДОВИХ ЕКСПЕРТИЗ	229
Калюжна Ю.П., Даниленко В.І., Боровик Т.В. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	231
Канцедаль Н. А. КРЕДИТ-НОТА В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ: ПОНЯТТЯ ТА СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ	233
Карпенко Г. С., Онопрієнко І.М. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В АГРАРНІЙ СФЕРІ	235
Картін М.В. ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ УЧАСНИКІВ РИНКУ ПОСЛУГ	238
Касатонова І.А. СКЛАДОВІ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ	241
Касатонова І.А. СУТНІСТЬ КОМПЛЕКСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	244
Кириченко Т. Я. СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	247

Кібальник Я.М. ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ НЕОСУДНОСТІ ОСОБИ У КРИМІНАЛЬНОМУ ПРАВІ УКРАЇНИ	250
Кірова Л.Л. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА І РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	252
Клепачева О.В., Прокопишин О.С. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	255
Коваленко В.Ф. ФОРМА СПІВУЧАСТІ: ОРГАНІЗОВАНА ГРУПА	258
Коваленко Д.В., Ткаль Я.С. ЩОДО ПИТАННЯ ОБЛІКУ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ОСНОВНОГО ВИРОБНИЦТВА	261
Коваленко М.В. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	262
Ковальов О.Г., Устік Т.В. ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ	265
Ковальова О.В., Єфремова Н.О. ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ	267
Козаченко Ю. А., Кальян О. С. ДО ПИТАННЯ РЕЦЕПЦІЇ РИМСЬКОГО ПРИВАТНОГО ПРАВА	269
Копитко М.І., Стадник М.Є., Мартин О.М. ТРИ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	271
Короленко О. В. СОЦІАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ (ЯКОСТІ ЖИТТЯ ТА БІДНОСТІ) В УКРАЇНІ	274
Костенко Т. М. ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ З ПИТАНЬ НАРАХУВАННЯ ТА ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ГОЛОВІ ПРАВЛІННЯ ОБ'ЄДНАННЯ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНОГО БУДИНКУ	276
Кравченко А.П. ГЕНЕЗА ІНСТИТУТУ ГРОМАДЯНСТВА В КОНТЕКСТІ КОНСТИТУЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ	279
Кривошея Є. В. ПРАКТИКА ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ	282
Крупа В.Р. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	285
Крупа О.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УКРАЇНІ	289
Кулик В.А., Тягнирядно Л.Л. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН	293

Кушніта Т. В., Дутова Н. В. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	295
Ласло О.А., Бараболя О.В. ЗНАЧЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ АГРОЭКОЛОГИЧЕСКИХ РАЙОНОВ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ РЕГИОНОВ	297
Лега О. В., Криворучко Т. С., Шкурупій А. А. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ ДОГОВІР: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ	300
Лега О. В., Павловська Т. С., Сіренко І. О. ПРОФЕСІЯ «БУХГАЛТЕР»: ВІД МИНУЛОГО ДО СУЧАСНОГО	304
Лиса О.В., Мідик І.-М.В. КЛАСИФІКАЦІЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ДЛЯ КВАЛІМЕТРИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ОВОЧІВНИЦТВА	308
Лисенко Н. В. ІДЕНТИФІКАЦІЯ КОМПОНЕНТІВ СИРОВИННОГО СКЛАДУ ПАНЧІХ ТМ «BAS BLEU»	312
Лисюк О.В., Балаш Л.Я. МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА ІСНУЮЧИХ АГРАРНИХ ВІДНОСИН	315
Литвиненко В. Р. ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО РОЗРАХУНКІВ З РІЗНИМИ ДЕБІТОРАМИ	317
Лихоній В. І., Бородай Є. А., СУТНІСТЬ ТА ОЗНАКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ	320
Лишенко М.О. КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ПОЛІТИЦІ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ	322
Лісіца В.В. УЧАСТЬ МСП В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	326
Лозинська Т. М. КРИЗА МЕТОДОЛОГІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ	330
Лозова О.В., Пивовар М.М. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	332
Лукомська А. В. ЗАСТОСУВАННЯ СПЕЦІАЛЬНОЇ КОНФІСКАЦІЇ МАЙНА: СУЧАСНИЙ СТАН ПРАВОВОЇ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ	334
Макаренко Н. О., Вerveць Р.Я. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	337
Малецька О.І., Ціцька Н.Є. ТРАНСФЕРНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ	341
Малишев В.І., Шумкова О.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	344

Мармуль Л.О., Кучеренко С.Ю., Леваєва Л.Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ РИНКУ ПРАЦІ НА СЕЛІ НА ЗАСАДАХ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ	347
Мартосенко М.Г. ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗИ ГЕЛЮ ДЛЯ ДУШУ «COCONUT WATER» БРЕНДУ ВИРОБНИКА «FA»	349
Марченко О.О. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	352
Мельник К. Д., Ліпський Р. В. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗКРИТТЯ У ЗВІТНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО ЄДИНОГО СОЦІАЛЬНОГО ВНЕСКУ	356
Мирончук З.П., Андрушко Р.П. СУТНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ЯК ОДНІЄЇ ІЗ ФОРМ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	358
Михайлик Н.П., Загребельна І.Л. МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	360
Михальчишин Н.Л. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА УМОВАХ СПІВКОНКУРЕНЦІЇ	362
Мізіна Т.О., Буц І.М., АГРАРНИЙ РИНОК ТА ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	366
Місюкевич В.І., Скубій О.С. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	370
Мовчан В. І., Юдічева О. П. САЙДИНГОВІ ВІНІЛОВІ ПАНЕЛІ: КЛАСИФІКАЦІЯ, ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ	374
Мороз С.Є., Kalinichenko Antonina НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВУ: ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЕТЕНТНІСНОГО ПІДХОДУ	377
Москаленко С.П., Устік Т.В. ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	380
Муштай В.А., Бересток Б.П. ОЗДОРОВЛЕННЯ СЕРВІСУ, ЯК НАПРЯМОК МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ	382
Муштай В.А., Вовк В.І. СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	386
Муштай В.А., Шумейко К.О. МЕТОД СЦЕНАРІЇВ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	390
Назаренко М. Є. ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ АВТОМАГНІТОЛІ «PIONEER» ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВО-ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ	394
Нестеренко Н.М., Dorota Jelonek ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ УКЛАДЕННЯ ДОГОВОРІВ ОРЕНДИ ЗЕМЛІ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТА ВЕДЕННЯ	396

ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

<i>Ніколайчук Л.Г., Григорик О.Г.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ	400
<i>Одновол Б. Л.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	403
<i>Олійник А. С., Олійник Є.О.</i> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРОПІДПРИЄМСТВ НА ТЛІ СВІТОВИХ РИНКІВ	405
<i>Олійник Є. О., Штефан Н. П.</i> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ	408
<i>Онопрієнко І.М., Савицька К.О.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	410
<i>Орищенко М.М.</i> ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРОЩЕНИХ КРЕДИТІВ В УКРАЇНІ	413
<i>Остапенко Р.М.,</i> ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	416
<i>Осташова В. О., Канцедал Ю. А.,</i> ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКОГО ПРАВА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	418
<i>Павловська Т. С.</i> ПОТЕНЦІАЛ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	422
<i>Пазуцян А. В.</i> ПОСТУЛАТИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІНСЬКО-ГОСПОДАРСЬКОМУ ПРОЦЕСІ ПІДПРИЄМСТВА	425
<i>Палій М. О.</i> КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА	427
<i>Панова Я.Г.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	429
<i>Папірник Д.А., Михайлова О.С.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК СКЛАДОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	431
<i>Педан В.І.</i> ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПРОТИДІЮ ЗАКОННІЙ ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДАВНІХ ЧАСІВ	433
<i>Пелик Л.В., Пелех Ю.А.</i> БЕЗПЕКА ВИКОРИСТАННЯ ЛЮМІНЕСЦЕНТНИХ ЛАМП	437
<i>Петренко А.П.</i> ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ ЖКГ	438
<i>Пилипенко К.А.</i> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ	441
<i>Пилипенко К.А., Бурсова Т. О.,</i> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ В ЕСТОНІЇ	444

Пилипенко К. А., Донченко В.А. СПОЖИВАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА НЕДОЛІКИ	446
Пилипенко К. А., Шамрай В. Г. ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	449
Пилипенко К. А., Швед Д. О. ОБЛІК ЗАПАСІВ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ	452
Писаренко С. В., Возна Ю. В. ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ	455
Писаренко С. В., Грицаєнко М. О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	457
Писаренко С. В., Зимарев А. В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ПОКАЗНИКИ	459
Писаренко С. В., Іванько М. В. СТРУКТУРА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ	462
Писаренко С. В., Крупа О. П. ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	464
Писаренко С. В., Мороз М. В. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	466
Писаренко С. В., Шиков О. В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ФАКТОРИ ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ	469
Письменна І. А. КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РУК ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ КЛАСИФІКАТОРАМИ	471
Пілявський В.І. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	474
Полозова Т.В. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В УКРАЇНІ	478
Полятикіна Л.І., Бур'ян Н.Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ ЗА ДОПОМОГОЮ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ	481
Полятикіна Л.І., Жиленко С.Г. СУЧАСНИЙ ВПЛИВ ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ОРГАНІЗАЦІЮ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ	483
Полятикіна Л.І., Лугова Л.С. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ	485
Полятикіна Л.І., Отрох Т.В. ОБЛІК НЕФІНАНСОВИХ АКТИВІВ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ	488
Полятикіна Л.І., Ушакова А.П. ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ	490

ГОСПОДАРСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ПО ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

Помаз Ю. В. Горопашний В. В. ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ 492

Помаз Ю. В., Помаз О. М. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ 495

Пономарьова М.С., Лавдир В.Є. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ТОРГІВЛІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 499

Поси́лаєва К. І., Поси́лаєв В. В. АНАЛІТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 502

Потанюк І.П. СТРУКТУРА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ 503

Прилі́нко С.О. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК КРЕДИТІВ БАНКУ 508

Пушак В.Я., Завербний А.С. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНУ 510

Райтер Н.І. АНАЛІЗ РИНКУ ПРОДУКТОВОГО РІТЕЙЛУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ 512

Ратніков О.Ю. КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА 515

Родченко С. С. ЕТАПИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ БАНКУ 518

Романюк І.А. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 522

Романько Л. М., Дивнич О. Д. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 524

Рудич А. І., Бондаренко Я. Ю. ОБЛІК ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ 528

Рудич А. І., Ку́желе́нко С. О. ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ 530

Рябу́ха А.Ю. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ 533

Сазонова. Т. О., Вигі́вська І. А. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ КОНФЛІКТАМИ В ПІДПРИЄМСТВІ 536

Світлична А.В., Галич О.А. ЮРИДИЧНА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА 540

ПЕРСПЕКТИВИ

Селіхов Д. А. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ КРЕДИТУВАННЯ ДРІБНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ НАДДНІПРЯНСЬКОЇ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИМИ ТА ГРОМАДСЬКИМИ ОЩАДНИМИ КАСАМИ В РОКИ СТОЛИПІНСЬКИХ РЕФОРМ	542
Сеник О.О. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	545
Сергеєв Ю.Г. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ	546
Сердюк О.І., Аванесов С. Г., УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ	548
Сидоренко Л. О. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	551
Сидоренко Л. О. СМІТТЯ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА ЛЮДСТВА	553
Сироїд Т.С., Загребельна І.Л. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	555
Сиротюк Г.В. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	557
Сільченко І.А. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	560
Скворцов Р.А. ПРИРОДА ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	563
Скворцова О.В. СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	567
Скорик Г.І., Стецюк П.І. ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	569
Славкова О.П., Титаренко І.В. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	572
Смірнова О. П. ОБЛІК І ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ НАЯВНОСТІ ТА РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	576
Снитка Л.В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	579
Собчишин В. М., Таран Я. В. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙ У ДЕБІТОРСЬКУ ЗАБОРГОВАНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	582
Соловійова С.В., Трикоз І.В. СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	585
Солодовникова К.В., ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА	587

Снівак І. О., Пилипенко К. А. ОБЛІК РАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ: ДОСВІД США	589
Стукалова К.С., Полятикіна Л.І. ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ, СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВ	592
Сумцов А. О. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗДІЙСНЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	594
Сухоставець А.І. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	596
Східницька Г. В., Марків Г. В. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАХ	599
Телятник М.Ю. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ	602
Тетерюк Р.С., Мороз С.Е. ОСНОВНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	604
Товста С.П., ОСВІТА ТА ОСВІТНІЙ КАПІТАЛ ЯК СКЛАДОВА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	607
Томенко Д.В. ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНОЇ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ ПРАВОВИХ ВІДНОСИН В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ	609
Томенко Д.В. МОЖЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ОНЛАЙН-СЕРВІСІВ	611
Трауцька О.В. ФОРМУВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ	614
Трикоз І.В. ШЛЯХИ СПРІЯННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	616
Тютюнник С. В. ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ВІДОБРАЖЕННЯ КУПІВЛІ ІНОЗЕМНОЇ ВАЛЮТИ	619
Тютюнник Ю. М., Бактибаєва Н. В. ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ – ЗМІСТ, ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ТА ПОДАННЯ	623
Тютюнник Ю. М., Гольченко І. О. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	625
Удовенко А. В., Писаренко С. В. МОТИВАЦІЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВА	628
Усик В.М., Лишенко М.О. РЕКЛАМА - ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	630
Устік Т.В., Будаков Н.О. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	634

ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

- Устік Т.В., Іваненко В.Є.** ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА
СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ 637
- Устік Т.В., Протащук С.С.** ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ
ПІДПРИЄМСТВА 639
- Флока Л.В., Нестеренко Д. П.** АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ТА ОЦІНКА
ЯКОСТІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ 642
- Фролова Г.І.** ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ 644
- Фурдига А.І., Пушак Г.І.** ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ 647
- Харченко Т.О.** ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ
ПІДПРИЄМНИЦТВА 649
- Харченко Т.О., Белоусова А.В.** МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ
ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ
ПІДПРИЄМСТВ 651
- Хмельницькая Е.В.** БИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕДИСА - ОСНОВА
ЕГО ХРАНЕНИЯ 654
- Хромушина Л.А.** РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК
СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ 656
- Хурдей В.Д., Мацак З.І.** ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ
ПРИБУТКОВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 658
- Хурсенко А. О.** ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ І ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ 662
- Циб А.С.** ЕКОНОМІЧНІ ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ
В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 665
- Черкас В. В.** САНАЦІЯ, ЯК ГОЛОВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФІНАНСОВОГО
ОЗДОРОВЛЕННЯ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА 669
- Черненко К.В.** ЕЛЕКТРОННА ФОРМА ОБЛІКУ 672
- Черненко К. В., Любліна Е. А., Сергієнко С. В.** ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ
ОПЕРАЦІЙ З КРЕДИТНИМИ КОШТАМИ ВІД НЕРЕЗИДЕНТА 674
- Чернявський М.В.** РОЛЬ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВОЇ СТРАТЕГІЇ
ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ
РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР 676
- Чижик Т.В.** МЕТОДИ ОЦІНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ 678

«АГРОФІРМА МИКОЛАЇВКА»

Чорна А. В. ОКРЕМІ ПИТАННЯ КРИМІНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЛОЧИНІВ ПРОТИ ПОРЯДКУ ПРОХОДЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ СЛУЖБИ	681
Шакалій С. М., Темник В. П. ВПЛИВ ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ НА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ЯЧМЕНЮ ЯРОГО	683
Шалигіна І. В. РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГПЦІЇ	686
Штефан Н. П., Олійник Є. О. ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	689
Шульженко І.В., Тупкало Б.М. РОЛЬ СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ	691
Шумкова О.В., Малишева В.І. ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ	693
Шурпенкова Р.К., Сарахман О.М. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	696
Щербина Л. І. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	699
Щетініна Т.О. ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ДОСВІД СІНГАПУРУ	701
Юдічева О. П., Огороднік І. В. ПОРІВНЯНН ХІМІЧНОГО СКЛАДУ НАСІННЯ КУНЖУТУ, ЛЬОНУ І ЧІА	703
Юрко І. В. РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	706
Янковська К. С. ПРОБЛЕМИ РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	709
Яремченко Т.О. КЛАСИФІКАЦІЯ БАВОВНЯНИХ ПОШТУЧНИХ ВИРОБІВ	711

Вступне слово

Формування тенденції стабільного розвитку економічної системи можливе лише за рахунок належного розвитку підприємницьких структур. Науковий розвиток та технологічний прогрес сприяє формуванню нового економічного мислення та нових наукових теорій. Публікація результатів досліджень є надзвичайно важливим інструментом у відображенні та мотивації зростання наукового потенціалу України. З'являється безліч нових оригінальних ідей, теорій, які заслуговують найпильнішої уваги наукової спільноти.

Проведення міжнародної науково-практичної конференції забезпечило професійне обговорення актуальних питань з формування та перспектив розвитку підприємницьких структур, збагачення новим досвідом за теоретичними та практичними напрямками, налагодження ділових зв'язків, залучення науковців, провідних спеціалістів та практичних діячів України та інших країн до вирішення питань широкого кола наукових інтересів.

У проведенні конференції прийняли участь науковці, провідні спеціалісти та практичні діячі з України, Республіки Таджикистан, Азербайджанської Республіки, Болгарії, Польщі. Щиро дякуємо науковцям із провідних закладів вищої освіти та спеціалістам, що залучилися до проведення конференції:

- Department of Business Informatics, Faculty of Management, Czestochowa University of Technology, Poland;
- Department of Process Engineering, Technical-Natural Faculty, University of Opole, Poland;
- Азербайджанський державний аграрний університет;
- Академія адвокатури України;
- Бердянський університет менеджменту і бізнесу;
- Варненський університет менеджменту;
- ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
- ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»;
- ДВНЗ «Університет банківської справи» Львівський навчально-науковий інститут;
- ДНЗ «Полтавське вище міжрегіональне професійне училище»;
- Дніпровський державний технічний університет
- Донецький національний університет імені Василя Стуса
- Київський кооперативний інститут бізнесу і права
- Київський національний університет будівництва і архітектури;
- Львівський державний університет безпеки життєдіяльності
- Львівський державний університет внутрішніх справ
- Львівський інститут менеджменту
- Львівський національний аграрний університет;

- Львівський торговельно-економічний університет
- Львівський коледж м'ясної та молочної промисловості, філія НУХТ
- Міжнародний університет бізнесу і права
- Національна академія служби безпеки України
- Національний університет «Львівська політехніка»;
- ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»;
- Подільський державний аграрно-технічний університет;
- Полтавська державна аграрна академія;
- Полтавський інститут економіки і права Університету «Україна»;
- Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

МВС України

- Полтавський кооперативний коледж;
- Сумський національний аграрний університет;
- Філія НУХТ у м. Львові;
- Українська академія друкарства
- Управління Національної поліції у Львівській області
- Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва
- Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. Петра Василенка;
- Харківський національний університет радіоелектроніки
- Харківський національний університет міського господарства імені

О.М. Бекетова

- Харківський національний автомобільно-дорожній університет.

Ми щиро дякуємо всім учасникам та маємо надію на подальшу плідну співпрацю.

З повагою, завідувач кафедри підприємництва і права д.е.н., професор Махмудов Х.З.

*Abraham Yulia Volodumirivna
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department
of Accounting
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine*

METHODS OF DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF MOTIVATION IN THE ENTERPRISE

The effectiveness of work in most organizations and companies is measured and evaluated according to its own methods, in spite of this, the main objectives are the same - to measure, evaluate (feedback), and stimulate performance of the individual. Currently, assessment of effectiveness is not enough used in the production process (operational management), which has a negative effect on business planning. Justified and effective methods of effectiveness evaluation are the most powerful source of motivation in the investment and construction activities. The process of effectiveness evaluation allows to associate it with the finished construction products, remuneration system and stimulation. This process is extremely important in terms of motivation of workers and engineers. It must be consistent with systems

The problem of achieving the effect of labor motivation is relevant not only for countries with economies in transition; it is worried by progressive scientists and politicians, business leaders and managers all over the world. The economic effect of motivation in a context of intensifying competition is very important: the growth of wages, which occurs in accordance with the growth of labor productivity or somewhat ahead of it, creates favorable incentives for finding the most advanced competitive advantages [1].

At the same time, one can not underestimate the social effect of stimulus measures. Reducing the motivating and stimulating role of remuneration and revenues leads to the opposite effect - a decline in labor productivity, ineffective use of working time, degradation of the quality of labor potential and other negative socio-economic impacts.

The basis for the study of the effectiveness of methods of motivation is a system of indicators that characterize the complex and systemic influence on the object of management. In this regard, it is worthwhile grouping all the indicators of the effectiveness of methods of motivation of labor on the basis of homogeneity: indicators of staff movement, social and psychological climate, economic labor indicators, indicators of labor organization, educational and qualification level, socio-economic and innovation activity[2].

The performance indicators of staff motivation methods affect all economic performance of the company. For example, economic indicators can affect company revenue, costs, profitability, profit, etc.

Indicators of the educational and qualification level of the personnel influence on such economic indicators of the enterprise as the number of mastered innovative types of products, expenses of the enterprise, volume of commodity products, return on assets, material productivity, labor productivity. One of the main indicators of effectiveness in assessing the methods of motivation is the effect on the enterprise.

The choice of personnel motivation tools is carried out individually for each enterprise, and the list of indicators in assessing the effectiveness of labor motivation will vary. An example can be the improvement of collective bargaining, which may affect the improvement of conditions and wages [3].

This could be achieved by creating a retirement package, securing job position, and insurance. The third level is affiliation which is the need to feel a since of belonging or to be loved. In the workplace, this means to feel as though they are a part of the group and included in the work. People have the urge to be accepted by others, especially the people they are around the most. The fourth level is explained as esteem. This is the view that one has of themselves. In order to fully understand this level, the person must have a high image of them self and encompass self respect. This level has two components: feelings of self worth, and the need for respect from others. The last and final stage of the hierarchy of needs is self actualization. This level is defined as someone being all they can be and they have met each of the previous stages. In this particular level, the person's talents are being completely utilized. Maslow believes that no one is ever completely self actualized. People are always striving to be better and use their talents in new ways.

Traditional payment by piece-rates, or piecework, is a system of individual remuneration, while others are being the group systems (for example, a team contract). Popularity of the group systems is growing, as they allow to encourage workers and engineers to achieve the purposes of the administration, via higher productivity and labor share cooperation between the engineers and administrations due to higher earnings. As part of the individual remuneration systems, workers often recognize the effect only of obtaining higher earnings. When the group incentive systems are applied, it is tended to include additional forms of involving the workers and engineers (e.g., the productivity brigades, and others).

REFERENCES

1. Berdnyk AA. Motivation of the personnel of the enterprise in modern conditions of management [Electronic resource] / A. A. Berdnik // Technologies and design: economics, finance, management. - 2014. - No. 1 (6). - Journal Access Mode: http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/td/2013_1/13baasug.pdf .
2. Bohreirev S.I. Determination of the economic essence of working capital and sources of their formation / S.I. Bishereev, L.A. Zhminka // Bulletin of the NTU "KhPI". Series: Technical progress and production efficiency. - Kh. NTU "KhPI". - 2013. - No. 21 (994) - P. 171-178.

3. Apallova O.A. Material Stimulation as the Basis for Strategic Development of an Enterprise / O. A. Appalova // Development Management. - 2016. - №. 2. - P. 3-4.

*Lukash S.M.
PhD, associate professor of Economics department
Sumy National Agrarian University
Sumy, Ukraine*

MODERN EDUCATIONAL TECHNOLOGIES IN THE PREPARATION OF ENTREPRENEURS

We live in a period of multi-vector changes, where knowledge and innovations are the foundation for the development of a new economy. In order to have competitive advantages, you have to learn all your life.

Informatization and computerization of education allows a new look at the educational process and its organization at agrarian universities. Transition phase for young people from education to the labour market has become increasingly difficult – youth are disproportionately affected by unemployment and face structural challenges in finding quality, stable employment, and to earn decent income. In this case early labour market experience such as internships and apprenticeships are useful to facilitate youth access to labour market, to ease the transition between education and employment and to develop labour market relevant skills. There is a need for finding the possibility and the necessary financial means to take part students in quality work trainings (apprenticeships and internships) as part of the school curricula and university programmes, including those that are taking place abroad. First of all, students' internships should provide recognised working experience that develops the skills of young people and elevates their professional capacity. All higher institutions should work in cooperation with Agribusiness in preparing future specialist for it, future entrepreneurs. The main direction for development educational technologies in the preparation of entrepreneurs:

- Consolidation of existing services, e.g. VLE virtual learning environment, assessment tools (e-submission, plagiarism detection);
 - MOOCs - increased interest in online provision and outreach;
 - Flipped classroom;
 - Embedding of mobile technologies in the curriculum;
 - Increasing demand from students, greater use of learning analytics, ability for working in group.

The Targetjobs survey identifies these transferable skills: commercial awareness, leadership, communication, organisation, perseverance/motivation, teamwork, negotiation/persuasion, problem solving, work under pressure, confidence, analytical skills plus technical ones for specific vacancies. Well organised internships help young people acquire practical experience and add practical skills

to the knowledge and qualifications that have been previously acquired through either formal or non-formal education.

International project “From theoretical-oriented to practical education in agrarian studies/ TOPAS” is a European project co-funded by the EU program “Erasmus +” that involves ten partners in six European countries: Germany, Great Britain, Romania, Poland, Armenia, Ukraine and Uzbekistan. The main goal of the project is to facilitate the transition from teacher centered knowledge-based form of education to student-centered practice based education in Agriculture studies - and hence employability - in Uzbekistan, Ukraine and Armenia by enhancing the cooperation university-agrarian enterprises through adequate internship schemes.

By developing tools and paths for improvement of practical skills of graduates and fostering better links with agribusiness, the project will enhance employability and thus contribute to the improvement of the livelihood of the local population through intensification of private farming based on (ecologically, economically and socially) sustainable land and water resources. Benefits of implementing it: better student outcomes, better preparation for employment (increasing their employability), increasing of student satisfaction.

*Maistrenko K. Ya.,
Student*

Yudicheva O. P.

*Candidate of technical Sciences, Associate Professor of Department of Commodity
and Commercial Activities in the Construction*

Samoylenko A. A.

*Candidate of technical Sciences, Associate Professor of Department of Commodity
and Commercial Activities in the Construction*

*Kyiv National University of Construction and Architecture
Kyiv, Ukraine*

COMMODITY ANALYSIS OF SPICES: CINNAMON

A spice is a seed, fruit, root, bark, or other plant substance primarily used for flavoring, coloring or preserving food. Spices are distinguished from herbs, which are the leaves, flowers, or stems of plants used for flavoring or as a garnish. Many spices have antimicrobial properties. This may explain why spices are more commonly used in warmer climates, which have more infectious diseases, and why the use of spices is prominent in meat, which is particularly susceptible to spoiling. Spices are sometimes used in medicine, religious rituals, cosmetics or perfume production [1].

Cinnamon is scientifically known as *Cinnamomum verum* and belongs to the family *Lauraceae*, which is also called sweet wood. Cinnamon is a spice, which is acquired from the inner bark of *Cinnamomum* genes trees, which is used to flavor food. Cinnamon is used mainly as an aromatic condiment and flavouring additive in a wide variety of cuisines, sweet and savoury dishes, breakfast cereals, snack foods,

tea and traditional foods. The aroma and flavour of cinnamon derive from its essential oil and principal component, cinnamaldehyde, as well as numerous other constituents.

Cinnamomum verum is sometimes considered to be «true cinnamon», but most cinnamon in international commerce is derived from related species, also referred to as «cassia». *Cinnamomum cassia*, called Chinese cassia or Chinese cinnamon, is an evergreen tree originating in southern China, and widely cultivated there and elsewhere in southern and eastern Asia (India, Indonesia, Laos, Malaysia, Taiwan, Thailand, and Vietnam). It is one of several species of *Cinnamomum* used primarily for their aromatic bark, which is used as a spice. In the United States, Chinese cassia is the most common type of cinnamon used. The buds are also used as a spice, especially in India, and were once used by the ancient Romans [2-3].

Cinnamon has been known from remote antiquity. It was imported to Egypt as early as 2000 BC, but those who reported that it had come from China had confused it with cinnamon cassia, a related species. Cinnamon was so highly prized among ancient nations that it was regarded as a gift fit for monarchs and even for a deity.

So, there are mainly two types of Cinnamon, Ceylon Cinnamon and Cassia or Chinese Cinnamon. Cassia or Chinese Cinnamon is cheaper among these varieties.

Cinnamon contains Fat, Sugar, Fiber, Calcium, Iron, Vitamin A, C, E, K and Manganese.

Major Cinnamon producing states in India are Kerala, Tamil Nadu and Karnataka.

Major Cinnamon producing countries are Indonesia, China, Vietnam, Sri Lanka, Madagascar, Timor-Leste, Grenada, Sao Tome and Principe, Dominica and Seychelles.

Major Cinnamon exporting countries are Sri Lanka, Indonesia, China, Vietnam, Netherlands, United States of America, France, Germany, Madagascar and India.

Major Cinnamon importing countries are United States, Malaysia, Australia, United Kingdom, Romania, Egypt, Jordan and China.

The Sri Lankan grading system divides the cinnamon quills into four groups:

- Alba, less than 6 mm (0,24 in) in diameter
- Continental, less than 16 mm (0,63 in) in diameter
- Mexican, less than 19 mm (0,75 in) in diameter
- Hamburg, less than 32 mm (1,3 in) in diameter [4].

Cinnamon bark is used as a spice. It is principally employed in cookery as a condiment and flavouring material. It is used in the preparation of chocolate, especially in Mexico. Cinnamon is often used in savoury dishes of chicken and lamb. In the United States, cinnamon and sugar are often used to flavour cereals, bread-based dishes, such as toast, and fruits, especially apples; a cinnamon-sugar mixture is sold separately for such purposes. It is also used in Turkish cuisine for both sweet and savoury dishes. Cinnamon can also be used in pickling and Christmas drinks

such as eggnog. Cinnamon powder has long been an important spice in enhancing the flavour of Persian cuisine, used in a variety of thick soups, drinks, and sweets.

Ground cinnamon is composed of around 11 % water, 81 % carbohydrates (including 53 % dietary fiber), 4 % protein, and 1% fat. In a 100 gram reference amount, ground cinnamon is a rich source of calcium (100 % of the Daily Value, DV), iron (64 % DV), and vitamin K (30 % DV). The flavour of cinnamon is due to an aromatic essential oil that makes up 0,5 to 1 % of its composition. This essential oil can be prepared by roughly pounding the bark, macerating it in sea water, and then quickly distilling the whole. It is of a golden-yellow colour, with the characteristic odour of cinnamon and a very hot aromatic taste. The pungent taste and scent come from cinnamaldehyde (about 90 % of the essential oil from the bark) and, by reaction with oxygen as it ages, it darkens in colour and forms resinous compounds. Cinnamon constituents include some 80 aromatic compounds, including eugenol found in the oil from leaves or bark of cinnamon trees.

Majority of us have been buying from the Supermarket groceries and consuming is actually not the real cinnamon but Cassia cinnamon (Table 1, Picture 1).

Table 1 – 7 Key Differences Between Ceylon Cinnamon and Cassia Cinnamon

Ceylon Cinnamon	Cassia/Chinese Cinnamon
A highly valued culinary and medicinal spice. Price can be up to 10 times more than the Cassia/Chinese cinnamon	Commonly available and very cheap. You get a bag of the sticks for less than a dollar
Contains a small, negligible amount of coumarin, a naturally occurring blood-thinning substance. Recommended for regular use, eg for correcting blood sugar level	Contains a high level of coumarin content which can be harmful for the liver and kidney when consumed daily or regularly
Tan brown in colour	Reddish dark brown
Thin and paper-like textured bark that forms multiple layers when rolled up	Uneven thick bark that forms only a few layers when rolled up
Fragile, easily broken	Tough, difficult (if not impossible) to grind to powder with an electric home kitchen grinder
Delicate, sweet with subtle notes of clove. Creates an excellent flavor profile for pastries, cakes and desserts	Pungent, full-bodied taste. Suitable for Chinese braised meat recipes
Mostly originated from Sri Lanka and used in most part of Europe	Primarily sourced from China and supplied to the USA and Asia



Picture 1– Differences Between Ceylon Cinnamon and Cassia Cinnamon

While the two species of cinnamon share certain characteristics such as antimicrobial, and in terms of inhibiting the growth of fungi and yeast, and regulating blood sugar, their contents differ much in terms of the amount of coumarin, which is a naturally occurring substance with strong blood-thinning properties [5].

The coumarin level in Ceylon cinnamon is negligibly small, while that in Cassia cinnamon is an appalling 1200 times higher. The ingestion of large amount of coumarin or consumption of coumarin over a prolonged period of time can cause serious health damages and a negative impact on the liver and kidney.

References

1. Cinnamon [Electronic resource]. Access mode: <https://en.wikipedia.org/wiki/Cinnamon>.
2. Cinnamomum cassia [Electronic resource]. Access mode: https://en.wikipedia.org/wiki/Cinnamomum_cassia.
3. 7 Ways to Identify Ceylon Cinnamon [Electronic resource]. Access mode: <https://www.benefits-of-honey.com/ceylon-cinnamon.html>.
4. Cinnamon [Electronic resource]. Access mode: <https://www.commodityonline.com/market-place/reports/cinamon/131>.

Аванесян Г.М.

*доцент кафедри правознавства
Полтавський інститут економіки і права
Університет «Україна» м.Полтава, Україна*

ПРАВОВА ДОКТРИНА ЗОБОВ'ЯЗАННЯ У ЦИВІЛЬНОМУ ПРАВІ

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки найбільш поширеним видом цивільно-правових відносин є зобов'язальні зобов'язання. Всі учасники цивільного обороту незалежно від того є вони юридичними чи фізичними особами вступають в майнові та особисті немайнові правовідносини, завдяки чому забезпечується динаміка цивільного обороту. Саме тому особливою є

увага до даного виду правовідносин як з боку законодавця, так і з боку науковців.

Питанням зобов'язань присвячені праці М. М. Агаркова, В. А. Белова, Н. Ю. Голубевої, О. В. Дзери, О. С. Йоффе, Т. С. Ківалової, Л. А. Лунца, Р. А. Майданика, Й. О. Покровського, Ф. К. Савінї, Є. О. Суханова, Є. О. Харитонова, В. М. Слома, Т. В. Боднара, В. В. Вітрянського та інших вчених.

Примітивне зобов'язання уявлялось як певний суто особистий зв'язок між кредитором і боржником, в силу якого останній є відповідальним «приреченим» перед першим. Ідея «боргу» зникла в ідеї відповідальності. Ідея майнового стягнення не була властива цій стадії зобов'язальних відносин: заволодіння особою боржника при неспроможності було не тільки засобом для спонукання його до виконання; воно було самостійним здійсненням тієї особистої «приреченості», яка складала основний зміст будь-якого зобов'язання того часу [1, с. 123-124].

Подальший розвиток зобов'язальних відносин відбувався у різних народів по-різному, але загальний напрямок цього розвитку полягав у поєднанні повому послабленні, а згодом і повному знищенні особистої відповідальності боржника. Із розвитком економічного обороту зобов'язання стало його основною формою. Слід зазначити, що в науці та законодавстві різних періодів не було єдиного підходу до визначення поняття «зобов'язання».

По-різному трактується поняття зобов'язання у законодавстві інших держав. Так, у Французькому цивільному кодексі немає спеціального титулу, який присвячений загальним питанням зобов'язань. Разом з тим французька правова доктрина визначає зобов'язання як правовий зв'язок, в силу якого одна особа повинна стосовно іншої особи – кредитора вчинити дію або утриматися від дії [1, с. 125].

Німецькому цивільному уложенню властивий більш високий ступінь узагальнення правових явищ загалом, і у сфері регулювання зобов'язальних правовідносин зокрема. Закон виходить із загального визначення зобов'язання, яке міститься у параграфі 241 НЦУ, згідно якого «в силу зобов'язання кредитор може вимагати від боржника надання. Надання може полягати і в утриманні» [2, с. 418].

У науці цивільного права є два розуміння поняття цивільного зобов'язання. Перше з них включає в себе усі правові зв'язки між сторонами, що виникають на підставі двостороннього договору. Друге – поділяє ці зв'язки на два зобов'язання, у кожному з яких є тільки один кредитор і тільки один боржник [3, с. 23].

Відповідно до ч. 1 ст. 509 ЦК України зобов'язанням є правовідношення, в якому одна сторона (боржник) зобов'язана навчинити на користь другої сторони (кредитора) певну дію (передати майно, виконати роботу, надати послугу, сплатити гроші тощо) або утриматися від певної дії, а кредитор має право вимагати від боржника виконання його обов'язку [4].

Складність і розгалуженість цивільних зобов'язань знаходить свій прояв, зокрема, в участі в них третіх осіб. Проблематика їх участі багатоаспектна, адже важливими і спірними залишаються питання про їх статус в різних зобов'язаннях, обсяг та правова природа їх прав, можливість виникнення у них обов'язків, коло інтересів цих осіб та їх вплив на права і обов'язки сторін в зобов'язанні тощо [5, с. 80].

Т. В. Боднар зазначає, що з легального визначення поняття «зобов'язання» напрашується висновок, що зобов'язання – це правовідносини, які перебувають у статиці, суб'єкти яких мають певні потенції: боржник – у вигляді обов'язку вчинити певну дію (*facere*) або утриматися від певної дії (*nonfacere, pati*), а кредитор – у вигляді права вимагати від боржника виконання його обов'язку [6, с. 73].

Зобов'язання відрізняються від речових правовідносин за наступними критеріями. По-перше, за своєю юридичною природою речові правовідносини є абсолютними, оскільки у них чітко визначено лише уповноважену особу, а всі інші особи зобов'язані не порушувати права уповноваженої особи та не перешкоджати їй здійснювати свої права. Зобов'язальні правовідносини за юридичною природою є відносними, оскільки зобов'язання опосередковують перехід благ від одних осіб до інших, їх суб'єкти є чітково визначеними. По-друге, предметом речових правовідносин є конкретно визначені речі, а предметом зобов'язання є поведінка зобов'язаних осіб.

Дослідження правової природи зобов'язання, властивих йому ознак є актуальним і невичерпним, а тому може бути предметом подальших наукових праць.

Список використаних джерел:

1. Слома В.М. Поняття зобов'язання у цивільному праві /В.М.Слома// Юридичний вісник. – 2016.-№1 (38). – С.123-128.
2. Гражданское и торговое право зарубежных государств: учебник / отв. ред. Е. А. Васильев, А. С. Комаров; в 2-х т. – Т. 1. – М.:«Международные отношения», 2004. – 560 с.
3. Карабань Я. А. Поняття зобов'язання за цивільним правом України / Я. А. Карабань // Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова. Серія: Правознавство. - 2013. - Т. 18. - Вип. 1 (18). - С. 22-29.
4. Цивільний Кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Офіційний вісник України. - 2003.- №11. - ст.461 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15/print> 1460021151285346.
5. . Слома В.М. Елементи цивільно-правового зобов'язання /В.М.Слома// Актуальні проблеми правознавства.- 2017.- Випуск 2 (10). –С.79-82.
6. Боднар Т. В. Договірні зобов'язання як категорія цивільного права / Т. В. Боднар // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. –2004. – № 60-62. – С. 73-75.

Алексєєнко А.Р., Чепусенко М.О.

магістри з маркетингу

Лищенко М.О.

д.е.н., завідувач кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ОСНОВНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТОВАРУ ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Аграрне підприємство, яке орієнтується на споживача та здатне передбачати й задовольняти свої потреби, в перспективі отримує очікуваний результат. Важливе місце у діяльності підприємств малого бізнесу має відводитися вибору та обґрунтуванню таких маркетингових стратегій, які дадуть змогу йому зайняти вигідну нішу на ринку сільськогосподарських товарів та сприятимуть подальшому розвитку.

Вибір та обґрунтування стратегічного управління аграрного підприємства буде здійснюватися на засадах комплексу маркетингу. Незважаючи на те, що сільськогосподарський продукт є стандартним, пріоритетним напрямом у діяльності підприємства може бути вибір стратегії диференціації (рис. 1). Така стратегія передбачає створення підприємством таких переваг, які б значною мірою вирізняли його серед конкурентів[1].

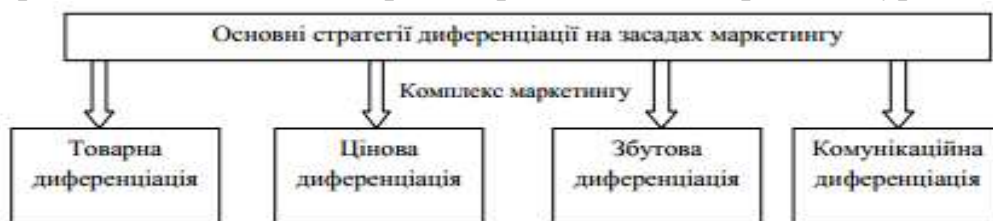


Рис. 1. Основні стратегії диференціації на засадах маркетингу

Основним фактором товарної стратегії диференціації є якість продукту, яка вимірюється як основними, так і додатковими властивостями споживчих та витратних параметрів конкурентоспроможності продукції. Рекомендовані напрями диференціації сільськогосподарської продукції відображено в табл. 2.

Таблиця 2

Характеристики диференційованих товарних стратегій на підприємствах малого бізнесу

Диференційовані товарні стратегії	Напрями диференціації	Характеристика
Продуктових інновацій	Створення нових видів сільськогосподарської продукції	Переробка власної продукції
	Використання нових видів і сортів сільськогосподарської продукції	Закупівля насіння, нових сортів та нових модифікацій

Інновацій у виробництві продукції	Вирощування та реалізація екологічно безпечної сільськогосподарської продукції	Пошук та вибір районів, екологічно безпечних для вирощування сільськогосподарської продукції
	Застосування новітнього устаткування та обладнання, яке дозволить вирощувати та виготовляти нові види продукції	Придбання сучасних основних засобів для більш кращої обробки продукції, для її зберігання, перевезення та подальшої переробки
Товарного розширення	Розширення асортименту за рахунок включення нових видів продукції	Відведення площ посіву для вирощування нових сортів та видів сільськогосподарської продукції.

Дані табл. 2 відображають можливості вдосконалення товарної політики сільськогосподарських підприємств малого бізнесу за рахунок стратегічної переорієнтації.

Диференціація продукції дасть можливість отримати такі вигоди для підприємства:

- 1) підвищення цін;
- 2) доступ до нових сегментів ринку;
- 3) захист своїх позицій на ринку;
- 4) підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції тощо[2].

На ринку сільськогосподарської продукції конкуренція постійно зростає. За останні роки спостерігається чіткий розподіл конкурентних регіонів України за тими видами сільськогосподарської продукції, здатних найефективніше використовувати сприятливі природно-кліматичні та економічні умови. Сукупно це безпосередньо впливає й на ціновий діапазон у процесі реалізації сільськогосподарської. На нашу думку, для аграрних підприємств доцільно здійснити диференціацію цін при стратегічному плануванні на основі взаємозв'язку «якість – ціна».

Збутова політика й організація товароруху є не менш важливою складовою в системі управління маркетингом. Ця політика повинна найбільшою мірою задовольняти потреби споживачів та приносити додаткові вигоди. У процесі аналізу політики розподілу аграрних підприємств визначено, що маркетологи не приділяють особливої уваги плануванню та формуванню маркетингової політики розподілу сільськогосподарської продукції на ринку. Планування товароруху та збуту значно впливає на маркетингову програму та хід її виконання. Стратегічне й оперативне планування збуту вирішують характер товароруху, масштаби територіального охоплення, розмір витрат на збут тощо.

Сільськогосподарським підприємствам необхідно приділяти більше уваги продовженню життєвого циклу товару. Існує декілька способів продовження

«життя товару», ефективність кожного з яких залежить від ряду факторів, які так чи інакше впливають на товар.

Це стосується удосконалення продукції. Цей спосіб продовження життєвого циклу товару не вимагає появи нових виходів, потрібно лише додати до існуючого товару певну особливість. При цьому нововведення повинне бути конкурентоспроможним, а краще унікальним на ринку аналогічних товарів. Підприємство може збільшити обсяг збуту шляхом зміни деяких властивостей товару, що залучить нових покупців або збільшить можливості використання товару постійними клієнтами. Слід поліпшити якість товару. Ця форма спрямована на поліпшення функціональних характеристик товару. Однак збільшити обсяг збуту шляхом поліпшення якості товару можна при дотриманні наступних умов[3]:

- властивості товару можуть бути поліпшені;
- покупець вірить у можливість поліпшення якості товару;
- значне число споживачів відчує поліпшення якості товару.

Також суттєвими факторами є:

- нове пакування. Нове пакування з колишнім змістом – гарний привід згадати якість, і паралельно, йти в ногу з прогресом;
- підтримка широкомасштабної акції. Цілком може повернути втрачений інтерес до виробника й спонсорська підтримка будь-якої масової акції;
- організація власного заходу (виставка, ярмарка). Цей захід – спосіб нагадати про себе й свої можливості, ще один шлях для залучення уваги нових покупців – активне стимулювання продажів: матеріальне стимулювання торговельних агентів, надання торгових знижок, подарунки покупцям, призові конкурси серед покупців. Так само Інститут може збільшити обсяг збуту, наприклад використання більшої кількості власних магазинів, що продають товари зі знижкою або надаючи покупцям різноманітні додаткові послуги;
- запуск нової рекламної кампанії. Це зміна всієї рекламної кампанії в цілому;
- запуск нового товару тим же виробником. Це дійсно гарний спосіб більш ретельно підійти до питання про вподобання споживачів та розширити асортименти своїх товарів;
- регуляція цінової політики. Вона може здійснюватись як за рахунок підвищення ціни, так і за рахунок її зниження. Відповідно, встановлюючи ті чи інші ціни, підприємство «освоює нові рубежі», розширюючи свою цільову аудиторію [4].

Таким чином, впровадження запропонованих заходів дозволить підвищити ступінь конкурентоздатності як окремого виду продукції, так і підприємства в цілому; проводити збір та обробку інформації про ринок сільськогосподарської продукції, споживачів, конкурентів, та конкуруючу аналогічну продукцію; контролювати ситуацію на ринку; збільшити долю

задоволення споживчого ринку на виробі підприємства, що і є складовими маркетингової стратегії розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Лишенко М.О. Необхідність застосування стратегії комунікаційної диференціації на підприємстві. *Розвиток національних фінансово-економічних систем в умовах глобалізації: Збірник матеріалів Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. пам'яті професора М.Г. Михайлова* (22 листопада 2018 р.; м. Суми) / Відпов. за вип. О. Пасько. Суми:СНАУ, 2018 С.344-347.

2. Лишенко М.О. Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств на ринку зерна: наукові основи, стан, перспективи. *Монографія*. – Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2018. 324 с.

3. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія [Текст]. К. КНЕУ, 2013. 267 с.

4. Дайновський Ю. А. Особливості оцінювання економічної ефективності прийомів управління і маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 143–153.

5. Яшина І. М. Вибір стратегій формування комплексу маркетингу сільськогосподарського підприємства малого бізнесу. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. Том 21. Випуск 6 (48). Одеса. 2016. С. 121–125.

Баворовська О. Б.

кандидат економічних наук

Львівський коледж м'ясної та молочної промисловості, філія НУХТ у м.

Львові,

м. Львів, Україна

Шегинський І.І.

Львівський державний університет внутрішніх справ

м. Львів, Україна,

Грень Р.Т.

Львівський державний університет внутрішніх справ

м. Львів, Україна,

ПРОБЛЕМАТИКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Вступ. У працях науковців достатньо глибоко досліджено необхідність, причини та функції економічної безпеки підприємництва (ЕБП). В умовах ринкових трансформацій, подальшого розвитку набула теорія економічних ризиків у підприємстві, планування ЕБП, теорія антикризового управління підприємством, розроблено загальні підходи до аналізу та оцінки функціональних складових ЕБ підприємств, однак, питанням соціальної безпеки, на наш погляд, не надається належної уваги. Ще не сприймається людський фактор тим ключовим аспектом без якого не може існувати

суспільство та розвиватися економіка. Тобто, досліджуючи соціальні аспекти економічної безпеки людини, підприємства і держави загалом, ми отримуємо гібрид «соціально-економічну безпеку», де ще низку питань цієї багатопланової і складної проблеми не з'ясовано. Це стосується передовсім вивчення суті, структури та якісних ознак соціально-економічної безпеки (С-ЕБ) як підприємництва загалом, так і підприємства зокрема; дослідження та класифікації загроз С-ЕБ; розроблення ефективної методики оцінки рівня безпеки; вироблення перспективних напрямків удосконалення управління соціально-економічною безпекою підприємства та інших фахівців. Праці цих вчених створюють основу для подальших досліджень у цій сфері.

Виклад основного матеріалу. Соціальні відносини є чи не найважливішою складовою суспільних відносин. Тому становлення України як демократичної держави безпосередньо залежить від того, наскільки ефективно здійснюватиметься конституційне регулювання соціальних відносин, наскільки захищеними та забезпеченими будуть ті конституційні принципи й норми, які наразі визначають основи соціальних відносин в Україні.

Зокрема, Є. Буравльов та В. Стогній проаналізували потенційні явища і чинники, що можуть загрожувати національній безпеці, вказують на необхідність розроблення Концепції національних інтересів держави, Національної програми дій та пропонують напрямки їх створення [1].

Важливою є стаття В. Микитенка, в якій проведено аналіз суті енергетичної безпеки сучасної держави як системи заходів високого рівня складності на засадах енергетичної методології, запропоновано систематизацію й оновлення понятійно-категоріального апарату теорії енергетичної безпеки держави [2].

На нашу думку, наголошуючи на актуальності дослідження конституційних основ розвитку та регулювання соціальних відносин в Україні, ми водночас торкаємося ще однієї важливої проблеми соціально-економічної безпеки держави, підприємства та особи.

У відповідній літературі до категорії економічна безпека включають такі складові: сировино-ресурсна, енергетична, фінансова, воєнно-економічна, технологічна, продовольча, соціальна, демографічна, екологічна, промислово-технологічна, соціальна, продовольча, приватизаційна, зовнішньоекономічна та фінансово-кредитна безпека. Однак, це надто широке трактування економічної безпеки і вважаємо, що до економічної безпеки слід відносити тільки ті складові, які містять лише економічні відносини. З такої точки зору до категорії «економічна безпека держави» доцільно відносити лише власне економічну, фінансову, зовнішньоекономічну і соціально-економічну складові.

Складність і різносторонність функціональних сфер, в яких відбувається розвиток параметрів безпеки, а також наявність системи взаємозв'язків між ними зумовлює вдосконалення цілісної системи національної безпеки, що

визначається і забезпечується державою як координатором соціально-економічних процесів і явищ у суспільстві [3]. Тому з'ясування змісту, структури та напрямків забезпечення соціальної стабільності потребує передусім дослідження її місця і ролі у структурі національної безпеки держави.

Соціальна безпека – це стан і ступінь захищеності життєво важливих інтересів особистості, фірми, суспільства і держави та їх протидія загрозам, тобто створення системи активного захисту від можливих матеріальних, людських і фінансових втрат, що вплинуть на відтворення та захист людського фактора.

Людський капітал є вагомим чинником розвитку і вдосконалення управління ЕБП. Він може ефективно використовуватися за таких умов:

оптимізація управлінської праці;

дієве стимулювання персоналу до продуктивної праці;

висока мотивація кадрів;

можливість безоплатного (за рахунок фірми) навчання з метою підвищення знань та кваліфікації [3].

Одночасно питання соціально-економічної безпеки є перспективними, адже необхідно:

1) Надати праці творчого характеру, який в умовах стрімкого збагачення свого змісту перетворюється в основний чинник належних соціально-економічних змін, виступає своєрідною рушійною силою науково-технічної революції.

2) Провести відповідні перетворення в системі соціально-економічних взаємин, пов'язуються передусім зі зростанням якості людського чинника, активним нагромадженням і реалізацією інтелектуального потенціалу.

3) Сприяти вирішенню проблем, пов'язаних із природними, економічними і соціальними явищами, що виникли в процесі розвитку сучасної цивілізації і мають всесвітній характер як за обсягами й значущістю, так і за способами їх розв'язання.

4) Посилити взаємозумовленості соціальної та економічної складових розвитку викликане низкою тенденцій.

Висновки. Питання забезпечення соціально-економічної безпеки мають вирішуватися в комплексі і на провідне місце слід ставити піклування про особу, забезпечення умов праці та проживання. Розуміння глобальних проблем у сфері взаємодії природи і суспільства, у сфері суспільних взаємин, розвитку людини та забезпечення її майбутнього потребує певного пом'якшення соціально-економічних суперечностей, орієнтації на «загальнолюдські цінності» і є важливою метою сучасного соціально-економічного й суспільного розвитку загалом.

Список використаної літератури

1. Буравльов Є., Стогній В. Науково-технічна безпека України в контексті глобалізації // Вісник НАН України. – 2005. – № 3. – С. 32 – 40.

2. Живко З.Б., Сліпа О.З., Вольних А.І. Забезпечення соціально-економічної безпеки держави через призму кадрової безпеки підприємства // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна / головний редактор В.В. Середа. Львів: ЛьвДУВС Вип. 2, 2015. С. 207-216.

3. Микитенко В. На чому базується енергетична безпека держави // Вісник НАН України № 3. 2005. С. 41 – 47.

*Баган М.В., здобувач СВО Бакалавр, ОПП
Право, спеціальності 081 Право
Науковий керівник – Кальян О.С., к.ю.н.,
доцент, професор кафедри підприємництва і
права*

КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НАСИЛЛЯ В СІМ'Ї НАД ДІТЬМИ

Досить тривалий час в Україні ставлення до домашнього насильства залишалось поза увагою. Держава запроваджує нові закони щодо запобігання домашнього насильства, проте вони потребують постійного оновлення та доопрацювання. Жорстоке поводження з дітьми та зневага їхніх інтересів завдає шкоди здоров'ю, розвитку і соціалізації дитини, навіть може становити загрозу життю. Причин такої ситуації досить багато – недостатня законодавча регламентація, страх потерпілих звернутися за допомогою, складність фіксації та доведення факту дійсності насильства.

Насильство – це травма для дитини, яка негативно впливає на її фізичне, емоційне здоров'я та розвиток. Підлітки, запам'ятовують все від батьків, повторюючи та наслідуючи сімейні моделі поведінки [1].

Діти, що пережили будь-який вид насильства, відчувають труднощі соціалізації: у них порушені зв'язки з дорослими, немає відповідних навичок спілкування з однолітками, вони не мають достатнього рівня знань і ерудиції, щоб завоювати авторитет у школі тощо. Рішення своїх проблем діти – жертви насильства – часто знаходять у кримінальному, асоціальному середовищі. А це часто пов'язано в свою чергу із формуванням у них пристрасті до алкоголю, наркотиків, вони починають красти і здійснювати інші протиправні дії.

Основним міжнародним-правовим документом спрямованим на подолання насильства над дітьми та покликаним захищати їхні права є Конвенція про права дитини, ратифікована Постановою Верховної Ради України 27 лютого 1991 року.

Статтею 19 даної Конвенції передбачено, що держави-учасниці вживають всіх необхідних законодавчих, адміністративних, соціальних і просвітніх заходів з метою захисту дитини від усіх форм фізичного та психологічного насильства, образи чи зловживань, відсутності піклування чи недбалого і брутального поводження та експлуатації, включаючи сексуальні

зловживання, з боку батьків, законних опікунів чи будь-якої іншої особи, яка турбується про дитину. Такі заходи захисту, у випадку необхідності, включають ефективні процедури для розробки соціальних програм з метою надання необхідної підтримки дитині й особам, які турбуються про неї, а також здійснення інших форм запобігання, виявлення, повідомлення, передачі на розгляд, розслідування, лікування та інших зазначених вище заходів у зв'язку з випадками жорстокого поводження з дитиною, а також, у випадку необхідності, для порушення початку судової процедури [2].

Відповідно до ст. 18 та ч. 4 ст. 152 Сімейного кодексу України кожен учасник сімейних відносин, який досяг чотирнадцяти років, має право на безпосереднє звернення до суду за захистом свого права або інтересу [3].

Вчинення домашнього насильства, насильства за ознакою статі, тобто умисне вчинення будь-яких діянь (дій або бездіяльності) фізичного, психологічного чи економічного характеру (застосування насильства, що не спричинило тілесних ушкоджень, погрози, образи чи переслідування, позбавлення житла, їжі, одягу, іншого майна або коштів, на які потерпілий має передбачене законом право, тощо), внаслідок чого могла бути чи була завдана шкода фізичному або психічному здоров'ю потерпілого, а так само невиконання термінового заборонного припису особою, стосовно якої він винесений, або неповідомлення уповноваженим підрозділам органів Національної поліції України про місце свого тимчасового перебування в разі його винесення, - тягнуть за собою накладення штрафу від десяти до двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або громадські роботи на строк від тридцяти до сорока годин, або адміністративний арешт на строк до семи діб [5].

Стаття 24. 1. До спеціальних заходів щодо протидії домашньому насильству належать:

- 1) терміновий заборонний припис стосовно кривдника;
- 2) обмежувальний припис стосовно кривдника;
- 3) взяття на профілактичний облік кривдника та проведення з ним профілактичної роботи;
- 4) направлення кривдника на проходження програми для кривдників [6].

Будь-який вид жорсткого поводження з дітьми несе негативні наслідки – вади здоров'ю чи небезпеку для її життя. У результаті чого трапляється: втрата чи погіршення функції будь-якого органа, розвиток різних захворювання, порушення фізичного чи психічного розвитку. В деяких випадках фізичне насильство над дітьми закінчується інвалідністю чи смертю жертви події. Наслідками насильства є травми, переломи, ушкодження внутрішніх органів: печінки, нирок, селезінки тощо. Необхідно доволі тривалий проміжок часу для покращення здоров'я, але ще більше часу і зусиль потрібно для того, щоб покращити не фізичний, а моральний стан дитини.

Список використаних джерел

1. Левченко К. Тільки не мовчи... Домашнє насильство починається з

"незначних дрібниць" [Електронний ресурс] / К. Левченко // Українська правда. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/columns/2017/06/9/224605/>.

2. Домашнє насильство над дітьми: його види та наслідки [Електронний ресурс] // Галицьке слово. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://galslovo.if.ua/index_old.php?st=6366.

3. Сімейний кодекс України: станом на 10.01.2002 № 2947-III // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – Ст.152. (редакція діє з 28.08.2018).

4. Стоп насильство [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Солом'янської районної в місті Києві державної адміністрації. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.solor.gov.ua/business/19/7045>.

5. Кодекс України про адміністративні правопорушення: станом на 07.02.2019 № 2258-VIII, 2473-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2019. – Ст.173².

6. Про запобігання та протидію домашньому насильству: Закон України від 07.12.2017 № 2229-VIII // Відомості Верховної Ради України. – 2018. – Ст.24.

*Басова Ю.О.,
к.т.н, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології,
експертизи та митної справи
Губа Л.М.,
к.т.н, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології,
експертизи та митної справи
Гнітій Н.В.,
старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології,
експертизи та митної справи
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава Україна,*

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ СОСОК-ПУСТУШОК

Асортимент сучасних товарів широкий та різноманітний. Торговельні підприємства пропонують товари для дітей з перших днів їх життя. Такі товари потребують особливої уваги, бо призначені для найбільш вразливих споживачів.

Одними із таких товарів є соски та соски-пустушки, які можна класифікувати за багатьма ознаками. Так, соски виготовляють двох типів: соски молочні (призначені для годування) та соски-пустушки (призначені для заспокоєння дітей) [1].

Соска (пустушка) - предмет, що імітує сосок, створений для задоволення смоктального рефлексу у новонароджених [2]. За будовою соска складається

із балончика, шайби та кільця [1]. Враховуючи це, соски-пустушки класифікують за:

- матеріалом виготовлення: латексні, силіконові;
- формою: класичні, анатомічні, ортодонтичні (рис 1);
- розміром: А, В, С.

Матеріал виготовлення Латекс – м'який і еластичний матеріал, отриманий із соку каучуку, обробленого спеціальним способом. Силікон – речовина, отримана синтетичним шляхом. У кожного матеріалу є свої переваги та недоліки [3, 4].

Латексні пустушки м'які, добре зберігають тепло. Проте, вони не міцні, руйнуються під час кип'ятіння, з часом темніють під дією сонця, склеюються, збільшуються в об'ємі при використанні, тому недовговічні. Також латексні соски можуть бути причиною алергії малюка, так як містять рослинні білки. Латексні пустушки слід замінювати кожен місяць – півтора. Такі соски краще купувати діткам до моменту прорізування перших зубів.

Силіконові пустушки більш довговічні, не мають смаку і запаху, не викликають алергії, їх можна кип'ятити для дезінфекції. Недоліками таких сосок є їх значна пружність, що може викликати деформацію молочних зубів, якщо соска не виготовлена з цільного шматка, вона може легко порватися, таку пустушку малюк легко може прокусити зубами, і перед кожним застосуванням її потрібно оглядати на наявність пошкоджень. Такі соски краще застосовувати немовлятам після 6 місяців.

Форма соски-пустушки. *Класична (кругла)* форма соски – звична всім форма. Це пустушка вузька у обмежувача і поступово розширена до кінця з округлим сосочком. Таку соску дитині можна давати будь-якою стороною. Але при дуже частому і тривалому застосуванні такої соски, може сформуватися неправильний прикус (рис. 1 в).

Соска *анатомічної* форми відповідає будові ясен малюка. Це прилегла до язика соска, сплюснута з одного боку, має еліпсоподібну форму. Така форма пустушки дозволяє рівномірно розподілити тиск на піднебіння малюка (рис. 1 а). Анатомічна соска перешкоджає заковтування повітря і допомагає правильному розвитку прикусу.

Пустушка *ортодонтичної* форми – це соска зі скошеним сосочком, трохи приплюснута з одного боку і опукла з іншого. Завдяки своїй каплеподібній формі, вона більш зручно розташовується в роті. Малюк захоплює її так само, як груди мами. За своєю формою ортодонтичні соски діляться на 3 види:

- "вишенька" – особлива форма пустушки, призначена для дітей з великим піднебінням;
- "сердечко" – соска, яка використовується для формування прикусу;
- "метелик" – пустушка для смоктання лежачи на животі.

Ще один вид плоскої по обидва боки соски називається симетричний. Така соска зручна тим, що, як і круглу, її можна покласти будь-якою стороною в рот дитині. (рис. 1 б) [2–4].

Вважається, що форма ортодонтичної пустушки максимально наближена до форми материнського соска. Така соска відповідає формі ясен малюка і не чинить негативного впливу на їх зростання.

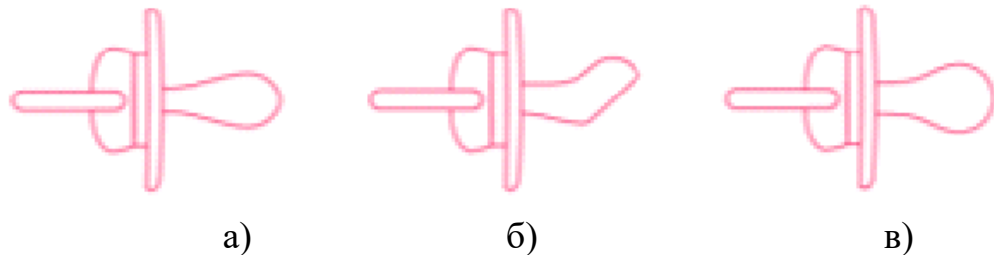


Рисунок 1 – Форми сосок-пустушок

а) – анатомічна; б) ортодонтична; в) класична

Розмір. Кожній віковій групі відповідає конкретний розмір пустушки:

- розмір А – від народження і до п'яти-шести місяців;
- розмір В – від півроку до півтора років;
- розмір С – від півтора років і старше.

Проте розвиток кожної дитини індивідуальний, і такий розподіл за віком умовний: так, для новонароджених доцільно обрати пустушку розміру А, а для старших діток – виходити з конкретних випадків [4].

Таким чином, знаючи властивості матеріалів, з яких виробляють пустушки, а також їх асортимент за розмірами та особливостями форми можна простіше та цілковито правильно зробити вибір соски-пустушки.

Список використаних джерел

1. Соски гумові та латексні дитячі. Технічні умови: ДСТУ 2832-94 [Чинний від 1997-01-01]. - К.: Держспоживстандарт України, 1994. – III, 18. – (Державний стандарт України).
2. Как выбрать соску для новорождённого ребенка? – Режим доступу: <http://razvitie-krohi.ru/veshhi-dlya-malyisha/kak-vyibrat-sosku-dlya-novorozhdyonnogo-rebenka.html>.
3. Какие пустышки лучше: латексные или силиконовые? – Режим доступу: <https://chesnachki.ru/obo-vsem-po-nemnozhku/kakie-pustyshki-luchshe-lateksnye-ili-silikonovye.html>.
4. htКак выбрать пустышку для ребёнка? – Режим доступу: <tps://prostoloca.ru/kak-vyibrat-pustyshku-dlya-rebyonka>.
5. Почему не рекомендуется использовать соски. – Режим доступу: http://babykrok.com.ua/p_233.html.

*Бендас Юлія,
ЗВО «Облік і оподаткування», СВО «Магістр»,
Науковий керівник - Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОПРИБУТКУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ДОВГОСТРОКОВИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ТВАРИННИЦТВА

Галузь тваринництва є особливою сферою діяльності підприємств, які зайняті сільським господарством. Це пов'язано із специфікою визнання витрат виробництва при калькулюванні собівартості продукції.

Як відомо, кожен об'єкт, який відноситься до статей активу балансу, неможливо взяти на облік без визначення його вартості. Раніше нами було досліджено особливості та методи оцінки довгострокових біологічних активів тваринництва у контексті національних та міжнародних стандартів [5].

На сьогодні при формуванні перш за все виробничої собівартості відповідно до норм П(С)БО 16 «Витрати» враховуються:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

При цьому, виробнича собівартість має коригуватися, а від так – зменшується на справедливую вартість супутньої продукції

Відповідно до МСБО 41 «Сільське господарство» [3] кожен біологічний актив слід оцінювати при первісному визнанні і в кінці кожного звітного періоду за його справедливою вартістю мінус витрати на продаж. Така частота оцінювання пов'язана із тим, що жива вага тварин протягом звітного періоду змінюється. У випадку, коли справедливую вартість визначити неможливо, береться найостанніша ринкова ціна на подібний вид активу за галузевими показниками (вартість худоби, виражена на 1 кг м'яса).

Науковці Моссаковський та Коритний [4] досить критично ставляться до цього моменту, вважаючи, що оцінка саме біологічних активів за справедливою вартістю є дещо сумнівною, говорячи, що в такому випадку приймаються до уваги ціни продажу, а витрати на реалізацію – не приймаються. Разом з цим, відсутні пояснення щодо оцінки за справедливою вартістю продукції, якщо вона зразу ж не реалізується та використовується в подальшому у виробничих процесах, наприклад молоко.

Особливо гострою слід визнати застосування цієї оцінки щодо поточних біологічних активів, які в подальшому перетворюються в довгострокові біологічні активи. Оскільки довгостроковий біологічний актив тваринництва можна цілком законно прирівняти до довгострокових активів, відповідно

впливає поняття дооцінки. Науковці вважають, що ця процедура є марною тратою часу, оскільки ніяких грошових потоків не відбувається.

Якщо повернутись до норм законодавства, то при первісному визнанні біологічного активу за його справедливою вартістю може виникати:

- збиток, оскільки вираховуються витрати на продаж;
- прибуток – за умови появи приплоду.

Згідно з діючими Методичними рекомендаціями з обліку витрат і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств нині оцінка 1 голови приплоду дорівнює вартості 60 кормо днів утримання тварин основного стада.

Вчений Гузар Б. С. та його колеги [1] вважає недоліком діючої методики оцінки приплоду є ігнорування маси приплоду, яка залежно від породи тварин коливається у значних межах: від 25 до 40 кг і більше. Таке положення є суперечливим. Воно призводить не тільки до неправильного розподілу витрат між основною і супутніми видами продукції основного стада, але й до неправильного визначення оцінки 1 ц живої маси молодняка тварин і тварин на відгодівлі, а також послаблення контролю за витратами виробництва.

У зв'язку з цим, можна розробити разом із фахівцями галузі ветеринарії та зооінженерії та застосовувати, наприклад, систему коефіцієнтів залежно від маси тієї чи іншої тварини при розрахунку собівартості отриманого приплоду для більш точної оцінки.

Законодавство у сфері обліку витрат та калькуляції собівартості продукції основного стада не переглядалось із 2005 року. Дещо застаріла система призводить до виникнення суперечностей в обліку у зв'язку з відсутністю логіки певних розрахунків. Зважаючи на вищевикладене, пропонуємо дещо переглянути методику оцінки біологічних активів основного стада та приплоду:

1) користуючись практикою інших країн, спробувати обліковувати біологічні активи за їх первісною вартістю, а при бажанні продати – проводити перерахунок до справедливої вартості спираючись на рівень цін на активному ринку;

2) змінити процес визначення собівартості приплоду включаючи при розрахунку вагу молодняка за методикою, запропонованою вченим Гузар Б. С..

Список використаних джерел

1. Гузар Б. С. Удосконалення обліку продукції довгострокових біологічних активів тваринництва / Б. С. Гузар, Н. І. Загребельна, Л. Л. Головка, Г. Ю. Аніщенко // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 108-113.

2. Методичні рекомендації рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 трав. 2001 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01>

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 41 «Сільське господарство» від 1 січ. 2012 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_027.

4. Моссаковський В. Б. Облік довгострокових біологічних активів / В. Б. Моссаковський, В. О. Коритний // Облік і фінанси. – 2015. – № 1. – С. 31-36. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2015_1_6

5. Пилипенко К. А. Оцінка довгострокових біологічних активів тваринництва для цілей обліку в Україні з урахуванням міжнародного досвіду / К. А. Пилипенко, Ю. О. Бендас // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем» (присвяченої 70-річчю кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту). – Харків: ХНТУСГ, 2018. – С. 221-224.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи» № 790 від 18 листоп. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>.

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» № 318 від 31 груд. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.

Берлінова Л.В.

старший судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень

Кострикін Н.Ф.

старший судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

МВС України, м. Полтава, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКВІЗИТІВ МАРКУВАННЯ ІГРАШКИ-БРЯЗКАЛЬЦЯ ТМ «LINDO»

На сьогоднішній день ринок дитячих товарів, і іграшок зокрема, є одним із найстабільніших. На дітях не економлять. І саме цей факт підтримує галузь в активному стані і дозволяє ринку зростати приблизно на 2-3% в рік. Так, за даними Державної служби статистики України, продажі в сегменті «Ігри та іграшки» в останні три роки показували позитивну динаміку. Згідно з дослідженням Української Асоціації індустрії іграшок (УАІІ), у 2017 році обсяг ринку іграшок України збільшився на 14,9% і до кінця 2018 року збільшився до 20%, досягнувши \$633 млн. Для порівняння: у 2017-му ринок становив \$551 млн., а роком раніше – \$472 млн. [1].

При придбанні іграшок змінюються критерії вибору продукції. Якщо раніше багато батьків, у першу чергу, звертали увагу на зовнішній вигляд і вартість товару, то зараз на першому місці стоїть безпека виробу, що, за думкою споживачів, пов'язано із торговою маркою, країною виробництва

(віддають перевагу вітчизняним і європейським виробникам), наявністю сертифікату якості і гігієнічних висновків. Головною мотивацією при виборі продукції споживачами є турбота батьків про здоров'я своїх дітей, що стає запорукою готовності споживачів платити за якісний товар [2].

Відповідно до чинного законодавства України, обов'язкова сертифікація іграшок для дітей не передбачена. Тому, питання якості та безпеки дитячих іграшок – одне із актуальних питань сьогодення, що продиктоване зростаючою небезпекою неконтрольованого виробництва дитячих іграшок і зростаючим негативним впливом цієї господарської діяльності на здоров'я людей та навколишнє природне середовище. Екологічною складовою цієї небезпеки є застосування екологічно небезпечних матеріалів при виробництві іграшок, що являють собою безпосередню загрозу дітям та їх неконтрольований ввіз в країну.

Вимоги та норми безпеки для здоров'я дітей та підлітків до всього асортименту іграшок та ігор регламентуються Державними санітарними правилами і нормами безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей (ДСанПіН 5.5.6.012-98) [3]. Крім того, постановою Кабінету Міністрів України затверджений Технічний регламент безпеки іграшок [4], який визначає вимоги до безпеки іграшок, процедуру оцінки їх відповідності таким вимогам, установлює правила маркування, а також введення в обіг іграшок як імпортованих, так і вітчизняного виробництва, їх продажу та безкоштовного розповсюдження (введення іграшок в обіг). Введення іграшок в обіг дозволяється тільки за умов відповідності вимогам безпеки для життя та здоров'я споживачів у разі використання за призначенням за умови передбачуваної поведінки дітей.

Відповідно до ч.4 ст. 14 Закону України «Про захист прав споживачів» [5], продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством. Реалізація продукції (у тому числі імпортованих товарів) без маркування національним знаком відповідності та/або без сертифіката відповідності чи декларації про відповідність забороняється.

На основі аналізу чинних нормативно-правових актів, можна стверджувати, що наша держава піклується про безпеку та якість іграшок для дітей і підлітків, що потрапляють на прилавки магазинів, проте виробник та імпортери досить часто порушують встановлені вимоги нормативно-правових актів. Все це зумовлює актуальність вибору теми дослідження.

Тому, нами було проведено дослідження реквізитів маркування іграшки-брызгальця ТМ «Lindo», що реалізується в торговельній мережі м. Полтава.

Дослідження реквізитів маркування іграшки-брязкальця ТМ «Lindo» проводили органолептичним методом на відповідність вимогам Технічного регламенту безпеки іграшок [3].

Іграшку-брязкальце надано на дослідження в споживчому плівковому пакуванні, яке закривається за допомогою липкої стрічки, з нанесеними на нього написами та зображеннями, а також отвором у верхній частині.

На лицьовій стороні наявні написи: «Lindo Іграшка-брязкальце 3+ міс BPA free». Всередині пакування знаходиться різнокольорова іграшка виготовлена ймовірно з полімерного матеріалу (рис. 1).



Рисунок 1 – Фотографічне зображення загального вигляду об'єкта дослідження, вид з лицьової сторони

На зворотній стороні пакування нанесено написи (рис. 2):

«Іграшка-брязкальце ТМ «Lindo».

Призначено для дітей віком від 3-х місяців.

Матеріал: пластик.

Іграшка достатньо міцна та безпечна для малюка.

Товар має висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи, Декларацію Відповідності та рекомендовано до застосування.

Інструкція з використання: Брязкальце потрібно завжди мити перед та після використання у теплій воді з додаванням нейтральних миючих засобів (дитячого мила та ін.), потім необхідно ретельно ополоснути чистою водою та протерти чистою серветкою.

Не потребує особливих умов зберігання.

Використовувати згідно інструкції.

Попередження: оглядайте брязкальце перед та після кожного застосування, при пошкодженні – утилізуйте.



Рисунок 2 – Фотографічне зображення загального вигляду об'єкта дослідження, вид зі зворотньої сторони

Використовувати під безпосереднім наглядом дорослої особи. У разі виникнення небезпеки зверніться до лікаря. Не використовуйте абразивні засоби при митті. Зберігайте упаковку, для консультації у майбутньому.

Виготовлено: «Yiwu Lindo Mother and Baby Products Co., Ltd.» (Іву Ліндо Мозер енд Продакс Ко., ЛТД.) Адреса: Wuhualu Yijie 15, Yiwu Futianjiedao, Zhejiang province, China (Вухуалу Йідзі 15, ІУ Футіандзієдао, Жєянґ провінція, КНР) Tel. +8615967979443. Імпортер: ТОВ «ЛІНДО» Адреса: Україна, Київська обл., Києво-Святошинський р-н, с. Чайки, вул. В. Чайки, 16, 08130 Тел.: +38098-505-14-09 www.lindo.ua З питань щодо продукту, звертайтеся за телефоном імпортера. Номер партії відповідає даті виготовлення. Термін придатності: необмежений. Дата виготовлення: 04/2018 р.».

Споживче маркування на товарному ярлику нанесені типографським способом українською мовою, чітко, має однозначну інформацію. Таким чином, досліджувана іграшка-брязкальце ТМ «Lindo» не має жодних відхилень від вимог маркування і відповідає вимогам п. 37 Технічного регламенту безпеки іграшок щодо маркування.

Список використаної літератури

1. Как дела в отрасли? История игрушек 2018. Режим доступа: <http://gc.ua/business-news/kak-dela-v-otrasli-istoriya-igrushek/>.
2. Юдина Н.В. Особенности мозговой деятельности человека как основа футурологических преобразований в маркетинге. Бренд-менеджмент. 2014. № 3 (76). С. 164-175.
3. ДСанПіН 5.5.6.012-98 Державні санітарні правила і норми безпеки іграшок та ігор для здоров'я дітей: затверджені Постановою Головного державного санітарного лікаря України 30.12.1998 № 12 // База даних

«Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0012588-98>.

4. Технічного регламенту безпеки іграшок: затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 28.02.2018 № 151 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/151-2018>.

5. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

Більдій А. В.

*здобувач СВО «Магістр» спеціальності «Облік і оподаткування»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОРГАНІЗАЦІЯ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ СУБ'ЄКТАМИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сьогодні мале підприємництво є невід'ємною складовою частиною сучасної економіки, що забезпечує підтримку тих сфер господарювання, існування яких на базі середнього та великого бізнесу не є можливим. Успішне функціонування малого бізнесу створює умови для оздоровлення економіки: розвивається конкуренція; створюються додаткові робочі місця, підвищується експортний потенціал; краще використовуються місцеві сировинні ресурси, що, своєю чергою, неможливо без якісно побудованого обліку. Відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні", чинних Національних П(С)БО, нормативних документів Міністерства фінансів України з питань організації бухгалтерського обліку, усім підприємствам, незалежно від їх організаційно-правової форми і форми власності, зокрема й малим, необхідно вести бухгалтерський облік і складати фінансову звітність. Проте як бухгалтерський облік, так і фінансова звітність малих підприємств мають свої особливості. Застосування традиційної системи обліку та звітності малими підприємствами в сучасних умовах господарювання не є доцільним, ця система є надто громіздкою і трудомісткою, а за невеликої кількості господарських операцій та обмеженості функціональних служб неефективною і навіть зайвою. Тому процес організації складання фінансової звітності на підприємствах малого бізнесу потребує ґрунтового та всебічного вивчення.

Поточний бухгалтерський облік містить інформацію про господарську діяльність підприємства. Для отримання інформації про результати такої діяльності дані поточного обліку необхідно узагальнювати в певній системі показників. Це дозволяє отримати достовірну, своєчасну, узагальнену економічну інформацію та скласти звітність, яка є завершальним етапом бухгалтерського обліку.

Правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності визначені Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], а також прийнятим відповідним Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2].

Бухгалтерський баланс є найбільш інформативною формою для аналізу та оцінки підприємства. Також джерелом інформації для аналізу служать «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» (форма № 2), «Звіт про рух грошових коштів» (за прямим методом) (форма № 3), Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом) (форма № 3-н), «Звіт про власний капітал» (форма № 4) [2].

Відповідно до п.3 ст.11 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» передбачено, що для суб'єктів малого підприємництва і представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності національними положеннями (стандартами) встановлюється скорочена за показниками фінансова звітність у складі балансу і звіту про фінансові результати.

Бухгалтерський облік є обов'язковим видом обліку, який ведеться підприємством оскільки фінансова, податкова, статистична та інші види звітності, що використовують грошовий вимірник, ґрунтуються саме на даних бухгалтерського обліку. Отже, бухгалтерська звітність складається на підставі даних бухгалтерського обліку для задоволення потреб певних користувачів.

Фінансова звітність є складовою частиною бухгалтерської звітності, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період. Вона розрахована, насамперед на таких користувачів інформації, як інвестори, кредитори та інших, які не можуть вимагати звітів з урахуванням їх конкретних потреб. Використання фінансової звітності для прийняття управлінських рішень має провідне значення, адже дані, представлені в звітності, дають конкретні відомості про фінансовий стан підприємства, що дозволяє оперативно оцінити фінансову стійкість та зробити висновки щодо його подальшої діяльності [3, с. 125].

Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» фінансова звітність малого підприємства складається з «Балансу» (форма №1-м) і «Звіту про фінансові результати» (форма №2-м). Це Положення (стандарт) установлює зміст і форму Фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва в складі Балансу і Звіту про фінансові результати та порядок заповнення його статей, а також зміст і форму Спрощеного фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва в складі Балансу (форма N 1-мс) і Звіту про фінансові результати (форма N 2-мс) та порядок заповнення його статей.

У балансі відображаються активи, зобов'язання та власний капітал. Підсумок активів балансу повинен дорівнювати сумі зобов'язань та власного

капіталу. У звіті про фінансові результати наводиться інформація про доходи, витрати, прибутки і збитки від діяльності підприємства за звітний період.

Методика складання фінансової звітності суб'єкта малого підприємництва полягає у систематизації та узагальненні даних аналітичного, синтетичного та первинного обліку на підприємстві та перенос їх у відповідні рядки фінансової звітності.

Згідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку подання фінансової звітності», фінансова звітність надається органам, до сфери управління яких належать підприємства, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів, а також, згідно із законодавством, іншим органам та користувачам. Відповідно до цієї Постанови, квартальна фінансова звітність подається не пізніше 25 числа місяця, що настає за звітним кварталом, а річна – не пізніше 20 лютого наступного за звітним року. Головний бухгалтер на якого покладено ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності підприємства забезпечує дотримання встановлених єдиних методологічних засад бухгалтерського обліку; складання і подання у встановлені строки фінансової звітності; організує контроль за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій; бере участь в оформленні матеріалів, пов'язаних з нестачею та відшкодуванням втрат від нестачі, крадіжки і псування активів підприємства.

Інформація що розкривається у фінансових звітах суб'єктів малого підприємництва має дані про підприємство, дату звітності та звітний період, валюту звітності та одиницю її виміру, відповідну інформацію щодо звітного та попереднього періоду, іншу інформацію, розкриття якої передбачено відповідними положеннями (стандартами). При цьому інформація про підприємство, яка підлягає розкриттю у фінансовій звітності, включає:

- назву, організаційно – правову форму та місцезнаходження підприємства;
- короткий опис основної діяльності підприємства;
- середню чисельність персоналу підприємства протягом звітного періоду.
- дату, станом на яку наведені його показники, або період, який він охоплює.

Якщо період, за який складено фінансовий звіт, відрізняється від звітного періоду, передбаченого НП(С)БО №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», то причини і наслідки цього повинні бути розкриті у примітках до фінансової звітності. У фінансовій звітності повинна бути вказана валюта, в якій відображені елементи звітності, та одиниця її виміру. Якщо валюта звітності відрізняється від валюти, в якій ведеться бухгалтерський облік, то підприємство повинно розкривати причини цього, а також методи, які були використані для переведення фінансових звітів з однієї валюти в іншу.

Таким чином, мале підприємництво є одним з провідних секторів ринкової економіки. Суб'єкти малого підприємництва створюють додаткові робочі місця, мають додаткову мобільність, раціональні форми управління. За їх участю формується новий соціальний прошарок підприємців-власників, що сприяє послабленню монополізму та розвитку конкуренції.

Побудова обліку на підприємствах малого бізнесу відрізняється від загально прийнятої тим, що такі підприємства мають змогу вести спрощений бухгалтерський облік з використанням спрощеного плану рахунків. На наш погляд, використання малими підприємствами традиційної системи обліку та звітності є не доцільним, оскільки така система досить трудомістка, а за невеликої кількості господарських операцій та обмеженості функціональних служб суб'єктів малого підприємництва, неефективною і навіть, надмірною. Саме тому, вважаємо за доцільне, використовувати на малих підприємствах спрощений план рахунків бухгалтерського обліку, а також скорочених форм фінансової звітності, що надасть можливість здійснювати ефективний аналіз фінансово – господарської діяльності та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» за редакцією від 16.11.2018 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>– Законодавство України.
2. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Мінфіну України від 07.02.2013 р. №73. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> – Законодавство України.
3. Кужельний М.В. Організація обліку: Підручник / М. В. Кужельний, С. О. Левицкая. – К. : Центр учбової літератури, 2010 – 240 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» (із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства фінансів N 39 (z0161-00) від 24.07.2015/ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>. Законодавство України.

Більський І.Б.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

ім. проф. Є.Храпливого

Львівського національного аграрного університету, м. Львів, Україна.

ПИТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В ПРИКОРДОННОМУ РАЙОНІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Інвестиційна політика в кожному регіоні України має свої особливості, які обумовлені такими факторами: економічною і соціальною політикою, яка проводиться в регіоні; величиною наявного виробничого потенціалу; геополітичним розташуванням; природно-кліматичними умовами; привабливістю регіону для іноземних інвестицій та ін.

Під регіональною інвестиційною політикою розуміють систему заходів, здійснюваних на рівні регіону, які сприяють мобілізації інвестиційних ресурсів і визначенню напрямів їх найбільш ефективного і раціонального використання в інтересах населення регіону і окремих інвесторів. Вона повинна бути спрямована на підйом економіки і підвищення ефективності промислового виробництва в регіоні, забезпечення самофінансування і позитивних передумов розвитку регіону в майбутньому [1].

Необхідною умовою розвитку аграрного виробництва є науково-технологічне вдосконалення виробництва на основі інновацій. Якщо говорити про ефективність науково-технічної діяльності як у регіонах, так і в Україні в цілому, то вона постійно знижується через застарілість матеріально-технічної бази наукових досліджень і відсутність коштів на її оновлення, незадовільну структуру науково-дослідних, дослідно-конструкторських і впроваджувальних робіт, не раціональне співвідношення чисельності наукових працівників і допоміжного персоналу, вкрай незадовільне інформаційне забезпечення, відсутність ринку науково-технічної продукції і попиту на неї, низьку інноваційну спроможність виробництва [2].

На вирішення цих проблем повинна бути, в першу чергу, спрямована державна науково-технічна й інноваційна політика та запроваджено в державі ефективні механізми її реалізації.

Сокальський район являється привабливим регіоном для залучення інвестицій за рахунок:

- Близькості до кордону;
- Розташуванням залізничних шляхів;
- Сприятливого клімату та родючих земель;
- Наявністю річки Західний Буг;
- Великого аграрного потенціалу району.

До основних завдань управління інвестиційною діяльністю в Сокальському районі відносять наступні: створення інфраструктури інвестиційного ринку; визначення пріоритетних напрямів вкладення

інвестицій; створення умов для залучення позабюджетних джерел фінансування інвестицій, в тому числі вільних коштів населення, іноземних інвестицій та інвестицій з інших регіонів країни [3].

Пріоритетним напрямком інвестування виробництва, насамперед іноземних капіталів, залишаються об'єкти незавершеного будівництва. Цей унікальний сегмент економіки поглинає левову частку ресурсів, необхідних для нарощування внутрішнього та зовнішнього потенціалу регіону. Тому проведення повної інвентаризації таких об'єктів, оцінка рівня їх будівельної готовності, можливостей перепрофілювання з урахуванням нинішніх пріоритетів економіки є стратегічним завданням сьогодення [4].

Необхідною умовою розвитку аграрного виробництва є його науково-технологічне вдосконалення на основі інновацій. Якщо говорити про ефективність науково-технічної діяльності як у регіонах, так і в Україні в цілому, то вона постійно знижується через застарілість матеріально-технічної бази наукових досліджень і відсутність коштів на її оновлення. На вирішення цієї проблеми повинна бути, в першу чергу, спрямована державна науково-технічна й інноваційна політика та запроваджено в державі ефективні механізми її реалізації.

Завданням місцевої влади є покращення параметрів регіонального середовища для розвитку економіки територій. Першочерговим при цьому є визначення пріоритетних галузей в цілому, підприємств і виробництв всіх форм власності, орієнтованих на випуск експортоздатної та імпортоздатної продукції. Крім того, з метою ефективної реалізації об'єктів незавершеного будівництва важливим є створення спеціальних бірж та комерційного банку для фінансування подібних об'єктів, акціонерами якого могли б стати й закордонні фірми.

У теперішній час в умовах певної обмеженості джерел бюджетного фінансування, з одного боку, і значної потреби аграрних підприємств у коштах для фінансування інвестиційних програм і проектів з іншого, на комерційні банки покладаються особливі надії і висувуються особливі вимоги по підтримці інвестиційних проектів. Стимулювати інвестиційну діяльність банків повинна держава через створення гнучкої системи оподаткування доходів, отриманих від реалізації інвестиційних вкладень в економіку держави. Мова в першу чергу іде про створення пільгової системи оподаткування, яка буде застосовуватися до банків, що здійснюють інвестування в реальний сектор економіки і своїми вкладеннями сприяють його розвитку.

Поліпшення інвестиційного клімату Сокальського району та в Україні, значною мірою зумовлене створенням надійної системи страхування від ризиків прямих іноземних інвестицій, які сьогодні іноді важко спрогнозувати. З цією метою необхідно остаточно в законодавчому порядку врегулювати питання страхування ризиків у період проведення інвестиційної діяльності, створити Фонд державних гарантій на основі державної системи,

Основними галузями в Сокальському районі, які потребують вливання ризикового капіталу, є передусім агропромисловий комплекс, енергетика, транспорт, зв'язок. Необхідний цей капітал і для впровадження науково-технічних розробок українських учених і конструкторів. Активізації залучення іноземних інвестицій в Україну сприятиме подальша дерегуляція економіки — встановлення прозорої системи взаємовідносин із міністерствами, іншими органами центральної та місцевої влади

Створення й удосконалення законодавчої бази, яка б забезпечила нормальні, стабільні умови для іноземних інвесторів, доцільно проводити, по-перше, шляхом внесення в Закон України "Про режим іноземного інвестування" таких доповнень, що передбачатимуть: визнання іноземною інвестицією придбання нерезидентами цінних паперів, у тому числі облігацій внутрішньої державної позики; звільнення від державного мита іноземних інвестицій у вигляді устаткування, заощадження, що відносяться до статутного фонду підприємств з іноземними інвестиціями.

Список використаних джерел:

1. Вітков М.С. Розвиток інвестиційної політики в сільському господарстві України /М.С. Вітков // Економіка АПК. – 2005. – №11. – С.53–57.
2. Більський І.Б. Використання елементів контролінгу в інвестиційному процесі. *Вісник ЛНАУ*. 2017. С. 25-29.
3. Шосталь С. О. Активізація інвестиційного процесу в Україні: проблеми та шляхи їх розв'язання / С.О. Шосталь // Статистика України. – 2008. – №3. – С.119–123.
4. Фактори, що впливають на іноземні інвестиції / Т. Антонечко, Д. Пруненко, О. Уткін, О. Жилякова // Фінанси України. — 2002. — № 10. — С. 35—40.

Богдан В.С.

викладач бухгалтерсько-економічних дисциплін, спеціаліст I категорії

Лубенський фінансово-економічний коледж

Полтавської державної аграрної академії

м. Лубни, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ОСВІТНІХ ІННОВАЦІЙ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СУЧАСНИХ СПЕЦІАЛІСТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Перед викладачами сьогодні стоїть завдання підготовки висококваліфікованих, конкурентноспроможних фахівців, а це досить важка робота.

Підвищення ефективності навчання безпосередньо залежить від доцільності добору і використання різноманітних методів навчання, а також від активізації всього навчального процесу.

Соціально-економічні зміни, що відбулися в нашому суспільстві, процеси гуманізації сучасної освіти значною мірою сприяли пошуку нових підходів при вивченні усіх навчальних дисциплін.

Виховання особистості, здатної мислити творчо, самостійно орієнтуватись у сучасному ринковому середовищі – завдання не легке. Вивчення економічних дисциплін відіграє тут важливу роль. Заняття з будь-якої економічної дисципліни – це напружена, науково організована й результативна праця всіх студентів у співтворчості з викладачами, яка розвиває професійні здібності студентів; сприяє здобуванню знань студентами самостійною роботою думки; стимулює роботу з додатковою літературою; розвиває аналітичне мислення, вміння робити узагальнення.[1]

Однією з найважливіших проблем сучасної освіти являється помітне зниження зацікавленості студентів до навчання. Тому оновлення змісту освіти вимагає розв'язання складної проблеми – як перетворити гігантський масив знань в індивідуальне надбання та знаряддя кожної особистості.

Провідна ідея інтегративності знань ґрунтується на основі здобуття знань, що розширюють можливості соціально-психологічної адаптації студента до різних життєвих умов, формують у нього уміння діяти в різних ситуаціях, сприяють оптимальному розкриттю власного інтелектуального та особистісного потенціалу.

Впровадження інтеграції в навчальний процес актуальне, тому що дає змогу: "спресувати" споріднений матеріал кількох дисциплін навколо однієї теми, усувати дублювання у вивченні ряду питань; ущільнити знання, тобто реконструювати фрагмент знань таким чином, засвоєння якого вимагає менше часу; опанувати з студентами значний за обсягом навчальний матеріал, досягти цілісності знань; залучати студентів до процесу здобуття знань; формувати творчу особистість студента, його здібності; дати можливість студентам застосовувати набуті знання з різних навчальних дисциплін. [4]

Ідея міжпредметних зв'язків у педагогіці не нова, але в останні роки набула принципово важливого значення. У процесі інтегрованого навчання створюється цілісна система наукових знань, яким притаманний високий ступінь усвідомлення, мобільності та міцності.

Існують такі основні напрями вдосконалення процесу навчання, в яких виявляється методологічна функція міжпредметних зв'язків:

- міжпредметні зв'язки ведуть до підвищення наукового рівня навчання; здійснення таких зв'язків сприяє залученню студентів до системного методу мислення, розширює сферу пізнання, поєднуючи елементи знань із різних навчальних дисциплін;
- міжпредметні зв'язки забезпечують систему в організації предметного навчання, спонукають викладача до самоосвіти, творчості та взаємодії з іншими викладачами дисциплін.

Систематичне використання міжпредметних зв'язків виробляє в студентів уміння критично осмислювати матеріал, що вивчається. Новий

матеріал студенти порівнюють із тими знаннями, які їм відомі, зіставляють їх, аналізують, додають із відомого раніше, і ця активна розумова діяльність по узагальненню нового під впливом раніше відомого із суміжних дисциплін сприяє більш міцному засвоєнню програмного матеріалу.

Із найбільшою ефективністю можна здійснювати міжпредметні зв'язки на підсумкових заняттях. Об'єктами пізнавальної діяльності студентів стають питання суміжного характеру: загальні для ряду дисциплін, теорії, закони, факти, комплексні проблеми. [2]

Наприклад при вивчення теми «Облік поточних зобов'язань» з дисципліни фінансовий облік, студенти можуть використати знання:

- з податкової системи по темі «Податок на додану вартість»
- обліку і звітності в бюджетних установах по темі «Облік фінансово-розрахункових операцій»
- економічного аналізу по темі «Аналіз реалізації продукції та виконання договірних зобов'язань»

Інтегровані заняття також можна проводити як у вигляді лекції так і практичного заняття.

На інтегрованих заняттях формуються наступні компетенції:

- ціннісно-сміслові (тобто розуміння студентами мети заняття, важливості вивчення теми);
- інформаційні (вміння самостійно підбирати необхідний матеріал);
- комунікативні (вміння працювати в групах, вислуховувати, спілкуватися, лояльно відноситися до людей з іншою точкою зору).

Застосовуючи в навчально-виховному процесі інтеграцію знань, можна досягти таких результатів:

- знання студентів набувають системності;
- уміння стають узагальнюючими, сприяючи комплексному застосуванню знань, їхньому синтезу, перенесенню ідей та методів з однієї галузі науки до іншої, що, по суті, покладено в основу творчого підходу до наукової діяльності людини в сучасних умовах;
- посилюються світогляд на направленість пізнавальних інтересів студентів;
- більш ефективно формуються переконання, досягається всебічний розвиток особистості;
- інтегровані заняття сприяють інтенсифікації, оптимізації навчальної і педагогічної діяльності. [3]

Усе це сприяє підвищенню якості знань студентів.

Отже, інтеграція – необхідна умова сучасного навчального процесу. Інтеграційні процеси в освіті різноманітні, але мета їх одна – розвинена, креативна особистість підприємця, здібна до творчого пошуку.

Список використаних джерел

1. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології. Навчальний посібник/ І. М. Дичківська. – К.: Академвидав, 2014. – 351 с. – с. 27-31.
2. Оцінювання та відбір педагогічних інновацій : теоретико-прикладний аспект. Науково-методичний посібник. / За редакцією Л. Даниленка. – К. : Логос, 2001. – 185 с.
3. Педагогические технологии / Под общей ред. В. С. Кукушкин. – Ростов н/Д., 2015. – 309 с. – с. 30-31.
4. Фіцула М. М. Педагогіка: Навчальний посібник для студентів вищих педагогічних закладів освіти.—К.:Видавничий центр „Академія", 2012.

Богомазова В.В.

студентка,

Дніпровський державний технічний університет

Шепель Н.Г.

к. е. н., доцент кафедри

менеджменту організацій і адміністрування

Дніпровський державний технічний університет

М. Кам'янське, Україна

ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Формування оновленої України збіглося в часі з усесвітнім процесом глобалізації. Поряд із позитивними змінами глобалізація зробила всі країни більш уразливими в таких сферах, як економіка і фінанси, екологія, нелегальна міграція, інформаційна безпека тощо.

В умовах трансформацій загальносвітової економіки та перебудови існуючих міждержавних відносин особливої важливості набуває ефективне формування та реалізація управлінської політики підприємств з метою максимально ефективного використання наявного потенціалу та регулярним розширенням масштабу власної діяльності. Вплив інтеграційного курсу країни базування підприємства є чи не одним з найважливішим факторів впливу на визначення його стратегічної діяльності та вибір релевантних інструментів адаптації підприємства до новосформованих ринкових умов [1].

Розвиток світових продуктивних сил на сучасному етапі все більш набуває характеру цілісності та безперервності їх національних елементів. Це обумовлює перевагу доцентрових сил у розвитку світового господарства та зростання відкритості національних економік, виступає каталізатором інтернаціоналізації господарського життя. Для світової економіки на сучасному етапі характерні такі основні тенденції: посилення інтеграційних процесів з одного боку, а з іншого – мають місце і локальні дезінтеграційні процеси в окремих регіонах. До основних цілей економічної інтеграції

традиційно відносять: економія на масштабах; створення сприятливого зовнішньополітичного середовища; підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики; сприяння структурній перебудові економіки; підтримка новостворених галузей національної економіки.

Економічна інтеграція створює нові можливості й перспективи діяльності на ринку. Підприємство матиме більше економічних переваг за рахунок економії від масштабу виробництва, якщо буде взаємодіяти з безліччю ринкових та інституціональних соціально-економічних агентів, від дій яких значній мірі залежить успіх роботи підприємства. Консолідування діяльності та формування інтеграційних структур сприяє узгодженню економічних інтересів учасників інтеграції та підвищенню ефективності їхньої діяльності та є пріоритетним орієнтиром розвитку й розбудови територій, галузей, національної та міжнародної економіки в цілому. Формування дієвих механізмів та інструментів управління підприємств, що об'єдналися, забезпечує максимізацію їхніх прибутків, оптимізацію напрямів діяльності, стійке функціонування, підвищує їхню безпеку при зміні зовнішніх умов, оскільки саме ефект масштабу може виявлятися не тільки в традиційній формі – у площині удосконалення якості послуг, інтеграції ресурсів та окремих напрямів спільної діяльності, але й у руслі створення позитивного іміджу, формування корпоративної культури й соціальної відповідальності, отримання конкурентних переваг на ринку [2, с.131]. Вплив економічної інтеграції проявляється на усіх основних рівнях господарського життя: на рівні економіки країни, галузевому рівні та рівні діяльності підприємств

У науковій літературі, наслідки впливу економічної інтеграції для підприємств є менш конкретизованими та згадуються найчастіше у контексті впливу інтеграційних процесів на економіку країни в цілому. Однак, беззаперечно можна визначити коло перспектив та можливостей, які відкриваються перед підприємствами, зокрема: доступ до нових ринків збуту, який досягається за рахунок подолання тарифних бар'єрів входу на іноземні ринки і, як наслідок, збільшення обсягів реалізації продукції (головним чином за рахунок зростання експорту); інтеграційні процеси передбачають застосування заходів нетарифного регулювання, оскільки вихід на нові ринки вимагає від експортованих товарів, робіт, послуг відповідності певному рівню якості, стандартам, вимогам тощо; у ході інтеграційних процесів підприємствам надається доступ до державних закупівель у країнах-учасниках інтеграційного об'єднання, що є досить значним додатковим ринком збуту; спрощення руху капіталу і, як інструмент міжнародної інтеграції, вільний рух капіталів доповнює зовнішню торгівлю, посилюючи тенденції глобалізації та міжнародного співробітництва.

Європейський напрямок є одним із пріоритетів зовнішньої політики сучасної України. З підписанням Угоди про асоціацію з ЄС, географічна структура зовнішньої торгівлі України зазнала змін. Так, у 2012 р. найбільші експортно-імпортні потоки України були до країн СНД (37% та 41%

відповідно), а в 2017 р. лідером стають країни Європи, частка яких склала 41% та 46%, проти 26% та 33% - в 2012 році. Основними причинами зниження експорту та імпорту в цілому, упродовж аналізованого періоду, були: зменшення світових цін на товари із низькою доданою вартістю, тобто сировину та матеріали (основні експортні позиції в Україні); антидемпінгові заходи Європейського Союзу (щодо сталевих канатів і тросів, круглих зварних труб та інших позицій українського експорту); девальвація національної валюти, що привела до зростання цін на імпортні товари; звуження внутрішнього споживчого попиту на імпортні товари із боку населення унаслідок зниження купівельної спроможності через високу інфляцію.

Аналіз основних показників діяльності підприємств України та особливостей реалізації їх управлінської політики показав, що основними проблемами, з якими стикаються українські підприємства є наступні: неготовність підприємства до настання ризиків різних видів; нехтування можливостями розвитку; недостатня увага до неекономічних чинників, які впливають на діяльність підприємства тощо [3, с.127-128].

Дослідження сучасних тенденцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні, вивчення світового досвіду формування управлінської політики підприємств та порівняння його із принципами формування її на вітчизняних підприємствах дозволили сформулювати такі основні напрями удосконалення процесу здійснення управлінської політики на вітчизняних підприємствах, як: оптимізація процесу планування з метою підвищення рівня адаптації підприємств до ринкових умов; удосконалення системи управлінського обліку на підприємстві як головного ресурсу, який забезпечує інформацією управлінський персонал у процесі прийняття рішень; врахування неекономічних факторів діяльності підприємства з метою здійснення комплексного підходу до управління підприємством та підвищення конкурентоспроможності продукції; аналіз ефективності проведення інноваційної діяльності з метою ефективного вкладання коштів у наукові розробки для підвищення конкурентоспроможності продукції.

Інтеграційні процеси тривають, і Україна не може перебувати осторонь кардинальних перетворень у регіоні.

Список використаних джерел

1. Дергачова В. В. Формування конкурентних переваг підприємств в умовах різновекторної інтеграційної спрямованості [Електронний ресурс] / В.В. Дергачова, Т.В. Трихліб // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2013_10_15.

2. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі: теорія та практика розвитку [Електронний ресурс] / М. В. Босовська / Київський національний торговельно-економічний університет. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/>

3. Коберник І.В. Особливості розвитку інтеграційних процесів підприємств / І.В. Коберник // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - №10. - С.124-130.

*Богословська Я. Р.
здобувач СВО «Бакалавр»
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Науковий керівник – Бражник Л. В.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту,
Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава, Україна*

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТРУДОВОЇ ЕМІГРАЦІЇ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Найбільш масовим і значущим для України міграційним потоком є трудова міграція громадян за кордон. Це відбувається через пошук вищого заробітку, кращих умов життя, нових робочих місць. Масштаби еміграції значно зростають, у порівнянні з минулими роками. Через надмірний виїзд громадян за кордон вона може стати національною проблемою.

Таке становище буде не лише продовжуватися, але й наростатиме і згодом може призвести до справжньої національної катастрофи. Депопуляція українців уже сягає загрозливого масштабу – такого собі тихого геноциду нації. Таким чином, зрозуміло, що потрібне системне і комплексне вирішення проблеми трудової еміграції.

За оприлюдненими даними ООН, число тих, хто шукає кращого життя за кордоном, на початку 2018 року становить 1476 тис. осіб, а в сезонний період їх кількістю збільшується. Таким чином, Україна стала п'ятою державою в світі за чисельність українських трудових емігрантів, які перебувають у країнах-реципієнтах (більше виїхало тільки з Мексики, Індії, Росії та Китаю).

Середньостатистичний вік українського емігранта - 32 роки, при цьому, 72% з них – жінки, і лише 28% – чоловіки, але працевлаштовуються за кордоном лише 57% українців (зокрема 18% зайняті в ІТ-сфері) [1].

За минулий рік Україну покинуло близько 18000 мігрантів, що є рекордною цифрою для країни. У той же час імміграція в Україну є практично нульовою, так як людей, які бажають приїхати сюди, відштовхують політичні та економічні проблеми країни.

На рис. 1 відображено кількість трудових мігрантів України за останні 6 років за даними Державної служби статистики України.

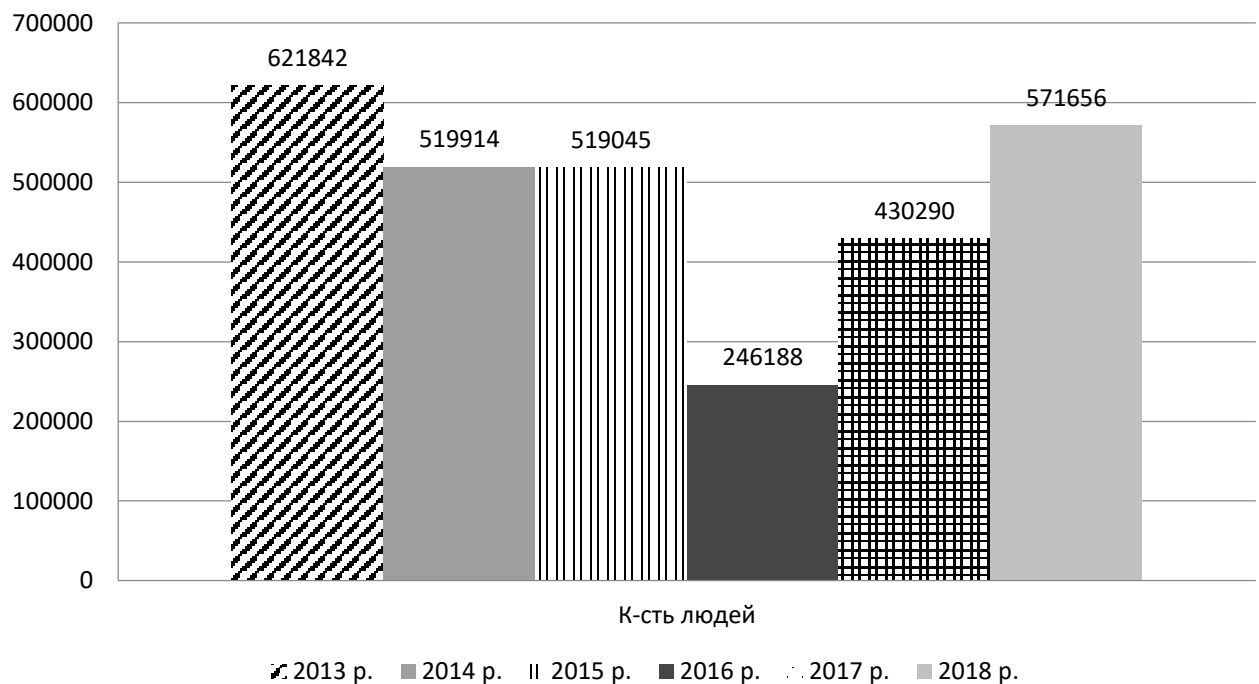


Рис. 1. Кількість трудових мігрантів з України, 2013-2018 рр.

Причини, які призводять до міграції робочої сили, різноманітні. Умовно їх можна поділити на дві групи:

- економічні: безробіття, національні різниці в оплаті праці, діяльність МК, які сприяють поєднанню робочої сили з капіталом, тобто потік трудових ресурсів до капіталу і навпаки, від капіталу до трудонадлишкових районів;

- позаекономічні: національні, політичні, расові, релігійні, сімейні тощо [2, с. 42].

З метою уповільнення еміграції трудових ресурсів доцільно запроваджувати систему заходів, що матимуть чітке внутрішнє і зовнішнє спрямування. До внутрішній можна віднести заходи макроекономічної стабілізації та оздоровлення економіки – створення робочих місць (цілеспрямовано забезпечувати у таких галузях: сільське господарство, легка, текстильна і хімічна промисловість, тобто там, де сьогодні використовується праця мігрантів у європейських країнах), розширення іноземного інвестування, вирішити питання підвищення рівня оплати праці тощо. Інша група заходів має забезпечити цивілізовані форми виїзду робочої сили за кордон та можливість вільного повернення працівників на батьківщину, ввезення валюти, а також гарантії нашим співвітчизникам щодо захисту їхніх трудових прав [3, с. 47].

Головним вектором, що може знизити трудову міграцію, є створення нових робочих місць із належними умовами праці та її оплатою, обмеження «тіньової» економіки, зокрема «тіньової» зайнятості. Адже продуктивна зайнятість – це шлях подолання бідності та відвернення від виїзду на заробітки за кордон. Багатоаспектний вплив трудових міграцій на різні сторони

життєдіяльності населення вимагає активізації зусиль щодо захисту інтересів громадян України, врахування особливостей міграцій в соціально-економічному розвитку регіону. Основні акценти вирішення проблеми трудової еміграції та подолання їх негативних наслідків полягають у запровадженні нормативно-правових документів, які б дали змогу забезпечити можливість оцінки реального стану на локальному, регіональному та загальнонаціональному рівні, сприяли впорядкуванню міграційних рухів, як у західному, так і у східному напрямках. Прийняття цільових урядових програм прискорить стабілізацію на окремих локальних, регіональних і національному ринку праці. Особлива увага мала б бути приділена оцінці міграційних потоків для регіонального розвитку з позицій комплексно-пропорційного розвитку території, успішність якого визначає стабільність національного господарства [4].

Україні необхідно докласти максимум зусиль у демократичному руслі аби й надалі не виникала трудова еміграція громадян, а також сприяти поверненню та стимулювати імміграцію українських діячів культури та науки, кваліфікованих працівників, потреба в яких є відчутною для економіки України. Важливо пам'ятати, що чим стабільнішим буде національне бізнес-середовище і динамічнішим ринок, тим сильніші будуть мотиви громадян повернутися до рідної батьківщини.

Таким чином, оцінюючи плюси і мінуси трудової міграції, доцільно враховувати перспективу її розвитку. Соціологічні дослідження показують, що зорієнтованість до постійного перебування за кордоном більше притаманно особам, котрі вже мають певний досвід трудової міграції, ніж тим, хто такого досвіду ще не має, а з числа заробітчан – тим мігрантам, які частіше і довший термін проживали за межами батьківщини. Отже, трудова міграція виступає чинником підвищення ризику еміграції, теперішні тимчасові поїздки на заробітки можуть перетворитися для України у незворотні втрати чисельності населення. Окрім того, така тенденція стає значно реальною із зростанням терміну заробітчанських поїздок, створення кращого середовища для мігрантів у країнах-реципієнтах, кращою адаптацією українських мігрантів за кордоном, покращенням внаслідок цього їх доходів та умов життя.

Список використаних джерел

1. Сайт Державної служби Статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 21.02.2019).
2. Лапшина І. А. Особливості міжнародної міграції робочої сили в умовах формування економіки України. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2010. С. 41-48.
3. Позняк О. Групові міграції в Україні: сучасний стан, проблеми, перспективи. *Економічний часопис*. 2004. № 2. С. 34 - 48.
4. Запущляк Н. Вплив трудової міграції на функціонування регіонального ринку праці (на прикладі Івано-франківської області). *Наукові записки ТНПУ*. 2005. № 2. С. 255-257.

*Бойко О. С.,
ЗВО «Магістр» за ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – Канцедал Н. А.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ СПИСАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ

Світова економіка характеризується динамічними змінами, розширенням зв'язків у глобальному просторі та зростанням зовнішньоекономічних операцій, в тому числі й в Україні.

Як зазначає Н. А. Канцедал, глобалізаційні процеси, інституційні зміни та інші суспільні перетворення спричиняють набуття об'єктами обліку нових форм і властивостей, що потребують ідентифікації, оцінки та відображення в обліково-інформаційних системах [1, с. 22]. В межах даного дослідження в якості такого об'єкта розглядається безнадійна дебіторська заборгованість за зовнішньоекономічними операціями.

В загальному розумінні безнадійна дебіторська заборгованість є різновидом поточної дебіторської заборгованості, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності.

Упевненість в неповерненні боргу може ґрунтуватися на фактах, які свідчать, що борг не буде погашено, зокрема, з наступних причин: ліквідація боржника (в тому числі через банкрутство); прощення боргу (ст. 605 Цивільного кодексу) [2]; відхилення судом позову про стягнення заборгованості з боржника.

При цьому законодавство не вимагає ототожнення безнадійної заборгованості в бухгалтерському обліку з критеріями такої відповідно до пп. 14.1.11 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу [3], у зв'язку з чим у платників податку на прибуток можуть виникати різниці, що впливають на об'єкт оподаткування.

Позовна давність – це строк, у межах якого особа може звернутися до суду з вимогою про захист свого цивільного права або інтересу. Загальна позовна давність установлюється тривалістю у три роки (статті 256 та 257 Цивільного кодексу) [2]. При цьому ст. 258 Цивільного кодексу [2] встановлено спеціальну позовну давність строком один рік (наприклад, у зв'язку з недоліками проданого товару). Для окремих видів вимог законом може встановлюватися і більш тривала позовна давність порівняно із загальною.

Після закінчення строку позовної давності заборгованість за ЗЕД-договорами купівлі-продажу також набуває ознак безнадійності і її слід списати з балансу. Списання дебіторської заборгованості нерезидента в бухгалтерському та податковому обліку не відрізняється від списання

дебіторської заборгованості резидента України [4].

Особливостями, що пов'язані саме з нерезидентським статусом такого боржника є: визначення строку позовної давності та урахування курсових різниць.

1. Визначення строку позовної давності. Такий строк згідно зі статтею 8 Конвенції про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів для країн учасниць становить чотири роки. Перебіг строку позовної давності починається від дня випадків, передбачених статтями 10, 11 та 12 Конвенції [5]. Перерва та продовження строку позовної давності регулюються статтями 13 – 21 Конвенції.

Перебіг строку позовної давності припиняється, коли кредитор учиняє дію, яка згідно з правом розглядається як порушення судового розгляду проти боржника або як пред'явлення вимоги в ході розпочатого раніше судового розгляду проти боржника з метою одержання задоволення або визнання цієї вимоги [5].

Конвенція не застосовується у наступних випадках: 1) якщо сторони договору купівлі-продажу у зрозумілій формі виключили її застосування; 2) до договорів, у яких зобов'язання продавця полягають переважно у виконанні робіт або наданні послуг. Договори на постачання товарів, які потребують подальшого виготовлення або виробництва, вважаються договорами купівлі-продажу, якщо сторона, яка замовляє товари, не зобов'язана постачати істотну частину матеріалів для їх виготовлення [6].

Також Конвенція не поширюється на продаж окремих видів активів, зокрема: 1) товарів, що купуються для особистого, родинного або домашнього користування; 2) товарів з аукціону; 4) фондових паперів, акцій, забезпечувальних паперів, оборотних документів і грошей; 5) суден водного та повітряного транспорту; 6) електроенергії.

Загальний строк позовної давності може продовжуватися або припинятися, але його загальна тривалість не може перевищувати 10 років (статті 8 та 23 Конвенції) [5].

2. Облік курсових різниць. Якщо нерезидент заборгував грошові кошти резиденту-експортеру (зокрема, оплату за раніше експортований товар), така його заборгованість є монетарною статтею балансу. Тому за нею весь час протягом існування його заборгованості розраховуються курсові різниці – на кожен дату балансу. При цьому курсова різниця розраховується також на дату списання такої заборгованості – на дату господарської операції. Це регулюється п. 8 П(С)БО 21 [7].

Якщо резидент-імпортер перерахував аванс нерезиденту, то така заборгованість є немонетарною, тому що вона повинна бути погашена шляхом постачання товарів, що не передбачає надходження грошових коштів у валюті. Однак, якщо в подальшому нерезидент не здійснив постачання товару, та резидент подає позов про повернення такої передоплати у грошовій формі – така заборгованість пере kwalіфікується в монетарну і відповідно за нею з

моменту такої перекваліфікації починають розраховуватись курсові різниці також відповідно до п. 8 П(С)БО 21 [4].

Якщо розрахунки за ЗЕД-договорами купівлі-продажу здійснюються в установлені законодавством строки (заборгованість не прострочена) й інших валютних цінностей за межами України у підприємства-резидента немає, то декларацію про валютні цінності подавати не потрібно [4].

Натомість, прострочена за строками, установленими в договорі дебіторська заборгованість нерезидента, свідчить про те, що у підприємства-резидента за кордоном «застрягли» цінності у вигляді не отриманих товарів або ж не отриманих від нерезидента грошових коштів. В такому випадку суми такої простроченої заборгованості (причому як товарної, так і грошової) підлягають обов'язковому щоквартальному декларуванню.

Прострочену дебіторську заборгованість слід показувати в декларації починаючи з дня порушення граничних строків розрахунку в іноземній валюті незалежно від строку її позовної давності, тобто навіть після його закінчення – такою є позиція Державної фіскальної служби.

Отже, суми простроченої дебіторської заборгованості і навіть списаної після закінчення строку позовної давності на витрати (або за рахунок резерву сумнівних боргів) резидент має декларувати в п. 5 розд. III і в розд. V декларації до моменту:

- зарахування коштів на валютний рахунок експортера в уповноваженому банку – при експортній операції;
- здійснення постачання товару до України – при імпортній операції.

Отже, за результатом проведеного дослідження можна зробити висновки:

1. Строки позовної давності за ЗЕД-договорами купівлі-продажу можуть відрізнятися від строків за внутрішньоукраїнськими договорами.
2. Курсові різниці визначають тільки за монетарними заборгованостями, тобто такими, за якими не виконано обов'язок перерахувати грошові кошти.
3. Порушивши граничні строки розрахунків у ЗЕД, підприємство зобов'язане щокварталу подавати валютну декларацію за простроченою дебіторською заборгованістю, навіть після її списання.

Список використаних джерел

1. Канцедал Н. А. Наукова інтерпретація методології обліку у працях корифеїв бухгалтерської думки/ Н. А. Канцедал // Облік і фінанси. – 2018. – № 2(80) – С. 16.-23. Режим доступу: <http://www.afj.org.ua/ua/article/566/>
2. Цивільний кодекс України №435-IV від 16 січ. 2003 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
3. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2 груд. 2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

4. Горбовцов С. Списання кредиторської та дебіторської заборгованості за ЗЕД-договорами / С. Горбовцов / [Електронний ресурс] : «Дебет-Кредит». – 2018. – 17.01.2018. Режим доступу : <https://news.dtki.ua/accounting/individual-transactions/46813>
5. Конвенція ООН про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів 1974 року (укр/рос) від 14 черв. 1974 р. . [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_002
6. Адамович Н. Закінчення строку позовної давності за ЗЕД-договорами / Н. Адамович / [Електронний ресурс] : «iFactor». – 2016. – Режим доступу : <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2016/september/issue-78/article-22016.html>
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 10 серпня 2000 р. № 193 зі змінами і доповненнями. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00>

Болотова В.В., аспірант

Харківський національний аграрний університет

ім. В.В. Докучаєва, м. Харків, Україна

Науковий керівник Олійник Т.І., док. екон. наук професор

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Загалом інституційне забезпечення аграрної сфери – сукупність інститутів державного і недержавного спрямування, котрі забезпечують правове, організаційне та економічне середовище, необхідне для підтримки ефективного здійснення і подальшого розвитку агрогосподарювання.

Проблеми аграрного ринку через інституціоналізм, та інституцій у своїх роботах у різні часи займалися такі вчені як Шпикуляк О. Г., Курило О.М., Ульяновченко Ю.О., Задорожна Л.М., Кравець В.І., Гриценко А., Даниленко А., Елгар Е., Коуз Р., Норт Д., Хмелевський А., Чухно А., Яременко О. та інші. Однак аналіз досліджуваної категорії підводить до висновку, що не всі аспекти інституціонального розвитку аграрного ринку розглянуті.

Системна та комплексна державна аграрна політика в Україні має бути спрямована на підвищення ефективності використання задіяного в сільськогосподарському виробництві потенціалу, що дозволить аграрному сектору бути «точкою зростання» й фундаментом подальших модернізаційних перетворень економіки країни.

Отже, основними напрямками інституційного забезпечення розвитку аграрного сектору в Україні мають бути такі:

1. Формування ефективних взаємовідносин у системі «державо-бізнес», цілями яких мають бути як забезпечення продовольчої безпеки, нарощування експортного потенціалу, наповнення державного бюджету країни, збереження та створення нових робочих місць, так і впровадження підприємницьких ініціатив аграріїв.

2. Розвиток системи сільськогосподарського дорадництва як інформаційної та консультаційної допомоги сільськогосподарським товаровиробникам і сільському населенню, що сприятиме підвищенню ефективності господарської діяльності, насамперед дрібних і середніх сільгосппідприємств.

3. Розвиток дрібнотоварного сільськогосподарського виробництва, що дасть змогу наростити виробництво високоякісної трудомісткої сільськогосподарської продукції, забезпечити інтеграцію особистих господарств населення в ринкові механізми функціонування аграрного сектору.

4. Розвиток саморегульованих організацій в агропродовольчій сфері, що сприятиме зниженню регламентованості частини господарських процесів, децентралізації прийняття рішень і здійснення контролю й нагляду, зниженню витрат на адміністрування і державний контроль, а також налагодженню більш ефективної системи взаємодії між державою та бізнес-громадськістю, формуванню етичного кодексу діяльності в галузях АПК [1].

5. Підвищення ефективності використання інструментів регулювання аграрного ринку з метою забезпечення вільного прозорого руху сільськогосподарської продукції, згладжування цінових коливань, задоволення потреб споживачів у якісних і доступних продуктах харчування.

6. Розвиток системи аграрної логістики з метою зниження втрат сільськогосподарської продукції в процесі її зберігання і транспортування, а також поліпшення річного забезпечення населення продуктами харчування за доступними цінами.

Велике значення для забезпечення ефективного розвитку аграрної сфери має інституційний механізм регулювання. Мається на увазі сукупність нормативно-правових актів, правил, норм, традицій, державних інститутів, які втілюють на практиці державну інституційну політику в даному сегменті національної економіки [2].

Аграрний сектор має певні особливості, зокрема: низьку інвестиційну привабливість та високі ризики, порівняно з іншими галузями вітчизняної економіки. Тому вектор регулювання економічної діяльності інституту держави має бути спрямований у першу чергу на підтримку даної галузі. Це перш за все вирішення соціальних проблем сектору та держави в цілому. А саме зайнятість сільського населення та забезпечення нормальних умов їх проживання, виробництво необхідної кількості продуктів харчування для продовольчої безпеки держави, вирішення екологічних питань та ін. Тобто,

державна підтримка аграрного сектору не обмежується лише підприємницькою діяльністю.

Говорячи про механізми даної підтримки, можна зазначити, що вони є досить різноманітними: починаючи створенням сприятливих умов господарювання і закінчуючи прямими дотаціями та субсидіями. Проте, Україна вступивши до Світової організації торгівлі, змушена скоротити перелік заходів прямої підтримки для того, щоб відповідати внутрішнім стандартам цієї організації. Що, на нашу думку, не є доцільним і сприятливим для розвитку вітчизняного аграрного сектору.

Проте, поряд з позитивними факторами розвитку є і основні недоліки формування і розвитку агрохолдингів це перерозподіл сільської власності та втрата їх учасниками самостійності, при цьому інвестори зосереджують свою увагу на власних фінансових результатах та ігнорують проблеми соціально-екологічного характеру сільських територій. Тому, на нашу думку, в основу організації розвитку конкурентоспроможного великотоварного агропромислового виробництва на інноваційній основі, що передбачає використання механізмів інтеграції, необхідно поставити все ж таки кластеризацію.

Основними характеристиками аграрного кластера є: – наявність групи взаємопов'язаних компаній. У їх структурі виділяється одне або декілька великих підприємств – лідерів, які утворюють центр (ядро) та визначають довгострокову стратегію кластера (ядром аграрного кластера може бути як велике аграрне підприємство, так і підприємство переробної галузі); – географічна локалізація. Кластер характеризується стійкістю господарських зв'язків і домінуювальним їх значенням для більшості учасників кластера.

В аграрний кластер входять підприємства різних галузей, які технологічно пов'язані один з одним та спеціалізуються на виробництві основних і супутніх товарів або послуг. Її збереження є ключовим елементом концепції кластерів. Це спонукає їх учасників до постійного вдосконалення своєї діяльності та до інноваційного пошуку; – інноваційна спрямованість аграрного кластера. Учасники кластера здатні швидко реагувати на потреби покупців, мають доступ до нових технологій усередині кластера, кооперуються для здійснення науково-дослідних робіт; конкурентний тиск стимулює підприємства до створення інновацій; – взаємозв'язок інтересів підприємств аграрного кластера та регіону [3].

Щодо розвитку аграрних кластерів можна запропонувати такі дії:

- забезпечити закріплення на рівні господарського законодавства правового режиму функціонування кластерів в Україні через введення правової категорії «кластер»;
- сприяти диверсифікації місцевого попиту завдяки розміщенню в місцевому аграрному кластері державного замовлення з більш високими вимогами щодо якості продукції;
- сприяти створенню єдиної систематизованої інформаційної бази

про існуючі та потенційні кластери, що сприятиме формуванню в суспільстві позитивного іміджу агрокластерів, а досвід уже існуючих дозволить уникнути проблем початкового етапу створення нових аграрних кластерів.

Виходячи із вище зазначених ознак, можна сказати, що організація агропромислового виробництва на основі кластерів дасть поштовх до вирішення ряду проблем. Проте, інституційне забезпечення повинне створити умови для підтримки здорової конкуренції між підприємствами учасниками, а також підвищити попит на інновації та забезпечити належні умови проживання для жителів сільської місцевості та поліпшити екологічну ситуацію на основі кластеризації. Для подальшого розвитку національної аграрної сфери економіки важливу роль відіграє інноваційна діяльність. Стимулювання впровадження новітніх розробок у виробництво в країнах з інноваційною моделлю розвитку здійснюється в межах державних програм, де залучено різноманітні економіко-правові механізми, що забезпечують освоєння нових технологій і їх комерціалізацію [2].

Суттєвий внесок у забезпечення інноваційного розвитку здійснює аграрна наука, зокрема, наукові установи Національної академії аграрних наук України. Тут здійснюються випробування завершених наукових розробок, маркетингові дослідження, трансфер інновацій та наукове супроводження інноваційних проектів, науково-консультаційне та інформаційне обслуговування агроформувань. Центри наукового забезпечення агропромислового виробництва Академії, які функціонують у регіонах, активно працюють над створенням, освоєнням та організацією впровадження інновацій [4]. Проте, цього недостатньо для ефективного інноваційного забезпечення аграрної сфери, оскільки потреби даної галузі набагато вищі за наявні можливості. Вказана проблема існує тому, що направлена замала кількість інвестицій у розвиток вітчизняного сільського господарства.

Сільське господарство як стратегічна галузь економіки України на сьогодні потребує достатнього кредитного забезпечення. Збільшення фінансових потоків до даної галузі сприятиме розвитку інновацій, формуванню конкурентоспроможного аграрного виробництва та вирішить проблему продовольчої безпеки країни.

Отже, підбиваючи підсумки, можна сказати, що аграрна сфера економіки України знаходиться у процесі трансформації. Це значить, що певні зміни вже розпочалися, проте, немає ще єдиного дієвого механізму, котрий системно зміг би здійснити перетворення в інституційному забезпеченні аграрної сфери. Аграрна сфера є так званим фундаментом продовольчої безпеки держави та сировинним базисом вітчизняної промисловості. Саме тому потрібно докласти зусиль, щоб усунути наявні проблеми в інституційному забезпеченні та перейти на шлях сталого розвитку галузі.

Список використаних джерел:

1. Шпикуляк О.Г. Інституціональне забезпечення розвитку та регулювання аграрного ринку: аналітична оцінка / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК: міжнар. наук.-вироб. журн. – 2010. – № 4. – С. 150-157.
2. Інституційне регулювання як детермінанта формування інноваційної моделі розвитку аграрної сфери / О.Г. Шпикуляк, Л.І. Курило, О.М. Супрун // Облік і фінанси АПК: науково-виробничий журнал. – 2011. – № 2. – С. 106-112.
3. Ульянченко Ю.О. Державне стимулювання розвитку аграрних кластерів / Ю.О. Ульянченко // Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во ХАРІ НАДУ «Магістр», 2015. – Вип. 1(48). – С. 92-100.
4. Задорожна Л.М. Оцінка стану інституційного забезпечення розвитку ринку інновацій в аграрній сфері / Л.М. Задорожна // Молодий вчений. – 2015. – № 7(22). – С. 70-75.

*Бондаренко-Надєждіна В.В.
магістр спеціальності «Облік і оподаткування»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Науковий керівник: Ткаченко В.В.
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ПИТАННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

В Україні проблема якості та екологічної безпеки товарів набула на сьогодні надзвичайної актуальності. Виробництво продуктів харчування, які б задовольняли умови безпечності і показники якості, має стати пріоритетним напрямом державної політики у сфері продовольчої безпеки.

Важливою умовою державного регулювання безпеки продуктів харчування є розробка стандартів, що визначають склад продукту та допустимі норми вмісту шкідливих речовин. Якість та безпечність продукції контролюється самими виробниками та забезпечується підприємствами, які впроваджують системи якості, такі як ISO, HACCP і повинні гармонізувати з державною політикою та вимогами міжнародних організацій [1].

В Україні ж система гарантування безпечності продуктів харчування, яка забезпечує контроль якості на основі аналізу виробленої продукції, є недостатньо ефективною і не відповідає вимогам часу. Підтвердженням цьому служить тенденція до зростання ризиків, пов'язаних із харчовими отруєннями, порушеннями умов виробництва, транспортування та реалізації харчових продуктів.

Міжнародна практика свідчить, що основною передумовою вибору потенційного постачальника харчових продуктів є гарантована безпечність та якість виробленої продукції, яка підтверджена відповідними стандартами.

НАССР (ризик-орієнтована система управління безпечністю) отримала на сьогодні міжнародне визнання, як особлива науково-обґрунтована система гарантування безпечності харчових продуктів, ефективність якої забезпечується системним підходом, оптимальним поєднанням практичних і наукових засад ідентифікації небезпечних чинників (біологічних, хімічних, фізичних), розробленням експрес-методів визначення показників безпечності та приведення їх до допустимого (прийнятного) рівня на всіх етапах життєвого циклу товару. Нажаль в нашій країні дана система впроваджується дуже повільно.

Важливим напрямом державного регулювання безпеки продуктів харчування є розробка стандартів. Державні стандарти (ДСТУ) існують в Україні з 1993 року. За законом застосування стандартів досить давно лібералізовано, і їх дотримання у багатьох сферах не обов'язкове (наприклад, у харчовій промисловості). Проте багато виробників використовують їх як маркетингові ходи або через те, що таку продукцію люблять покупці. Харчова продукція, наприклад, вже давно випускається на підставі Технічних умов (ТУ), які розробляє виробник самостійно [2].

Варто підкреслити, що організаційна та законодавча основа державного регулювання безпеки та якості харчових продуктів і продовольчої сировини в Україні фактично не зазнала суттєвих перетворень (незважаючи на прийняття ряду основоположних законів і законопроектів), залишившись орієнтованою на принципи соціалістичної економіки. Більшість прийнятих протягом останнього десятиліття законодавчих актів за умов фактичної відсутності потужних об'єднань споживачів і промисловців приречені відповідати інтересам державних контролюючих органів, а не інтересам суспільства [3].

Основні недоліки вітчизняної системи державного контролю безпечності харчових продуктів зумовлені низкою чинників, серед яких: дублювання функцій органів контролю, відсутність чіткої організаційної структури на національному рівні, повільне впровадження ризик-орієнтованої системи управління безпечністю – системи НАССР.

Отже, перспективним напрямом забезпечення безпеки продуктів харчування має стати механізм гарантування дотримання національних стандартів через зміни законодавства у напрямі запровадження дієвих штрафних санкцій за порушення стандартів, створення нового державного інституту, який би контролював дотримання стандартів на продукти харчування.

Список використаних джерел

1. Белінська С. Концептуальні засади гарантій безпечності харчових продуктів / С. Белінська, Н. Орлова, Ю. Мотузка // Товари і ринок. - № 1. – 2011. – С. 176-182.
2. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 10.12.1998р. №19 зі змінами та доповненнями.

[Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>

3. Молнар Д.І. Безпека продуктів харчування / Д.І. Молнар, І.М. Соскіда // Економіка і суспільство. – Вип. №6. – 2016. – С. 266 – 271.

Борисова В. А.

д.е.н., професор кафедри фінансів

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Важливою характеристикою підприємницьких структур є не тільки здатність диверсифікувати внутрішнє середовище, але й контролювати зміни у середовищі зовнішньому, що характерно для новаторських організацій. Це дозволяє приймати якісно нові управлінські рішення за будь-яких змін у зовнішньому середовищі, що можуть мати вплив на досягнення поставлених цілей. Управлінські рішення приймаються щодо структури, стратегії, стилю, складу підсистем підприємницької структури.

З моменту прийняття і розповсюдження нововведень вони набувають нової якості – становляться інновацією. Процес нововведення на ринку прийнято називати процесом комерціалізації; лаг між появою нововведення і втіленням його в інновацію називається інноваційним лагом. В повсякденній практиці ототожнюються поняття новини, новації, нововведення, інновації. Будь-який винахід – нові види продукції або методи роботи тільки тоді отримують суспільне визнання, коли вони будуть прийняті до розповсюдження (комерціалізації), і вже в новій якості постають як інновації [1, с. 65; 2, с. 16].

Перехід від одного рівня якості до іншого потребує витрат ресурсів (енергії, часу, фінансів тощо). Процес переводу новацій у нововведення потребує витрат різних ресурсів, основними з яких є інвестиції і час. В умовах ринку як системи економічних відносин купівлі-продажу товарів, в межах якої формуються попит, пропозиція і ціна, основними компонентами інноваційної діяльності виступають новини, нововведення, інвестиції. Новини формують ринок новацій, інвестиції – ринок капіталу, нововведення – ринок чистої конкуренції інновацій. Ці три основні компоненти утворюють сферу інноваційної діяльності [3, с. 258-259].

У виробничо-економічних системах розвиток, як правило, реалізується через інноваційні процеси, результатом яких є одержання прибутку. Інновації охоплюють весь цикл діяльності підприємницьких структур, пов'язаний з процесами досліджень, розробки та маркетингом.

Чисельність форм інновацій не дозволяє сформулювати єдиний підхід до складу і змісту життєвого циклу інновацій, а визначити головні етапи інноваційного процесу можливо при розгляді його основних складових.

Основним товаром на ринку новацій є продукти інтелектуальної діяльності, на які розповсюджуються авторські й аналогічні права, оформлені відповідно з діючими міжнародними, регіональними, корпоративними, іншими законодавчими і нормативними актами. У світовій практиці прийнято розрізняти науково-дослідну, науково-технічну діяльність, а також експериментальні (дослідно-конструкторські) розробки. Науково-дослідна діяльність спрямована на одержання, розповсюдження, застосування нових знань. До неї відносять:

- *фундаментальні наукові дослідження* – експериментальна і теоретична діяльність, що орієнтована на отримання нових знань про основні закономірності розвитку природи і суспільства;

- *прикладні наукові дослідження* – наукова діяльність, спрямована на досягнення практичних результатів і вирішення конкретних завдань.

Науково-технічна діяльність має на меті розповсюдження і застосування нових знань в сфері вирішення технологічних інженерних, економічних, соціальних і гуманітарних проблем, забезпечення функціонування науки і виробництва як єдиної системи.

Під експериментальними розробками ми розуміємо систематичну роботу, яка ґрунтується на знаннях, отриманих в результаті наукових досліджень або на основі практичного досвіду і спрямована на забезпечення життя і здоров'я людини, отримання нових матеріалів, продуктів і приладів, застосування нових технологій та їх подальше удосконалення.

Ринок нововведень формують наукові організації, вузи, наукові колективи, об'єднання наукових працівників, науково-дослідні підрозділи комерційних організацій, самостійні лабораторії і відділи, новатори. Прийнято розрізняти інновації, які ініціюються потребами споживачів, та інновації, які ініціюються науково-технічними результатами, отриманими при проведенні науково-дослідних конструкторських робіт (НДКР) [4, с. 47-48].

При всій різноманітності форм участі підприємства на ринку новин, визначальною умовою є обсяг інвестицій як в сферу наукової і науково-технічної діяльності, так і в процес перетворення новин у нововведення.

Розглядаючи ринок капіталу (інвестицій), можна відзначити, що в інноваційній сфері визначальну роль відіграють довго- і середньострокові інвестиції, бо інноваційний процес триває в середньому більше п'яти років. Зараз основним джерелом інвестицій є власні та позикові кошти, отримані через ринок цінних паперів. Ринок цінних паперів в Україні ще тільки формується, однак вже зараз можна говорити про наявність конкурентної боротьби в цьому секторі економіки. Розглянувши ринок новин, ринок чистої конкуренції і ринок капіталу (інвестицій) як основні складові інноваційної сфери, сформулюємо сутність поняття «інноваційна сфера», визначимо галузі інноваційної діяльності як форми суспільного поділу праці і охарактеризуємо основні етапи інноваційного процесу.

Під інноваційною сферою розуміють систему взаємодії інноваторів, інвесторів, виробників конкурентоспроможної продукції (послуг) та елементів інфраструктури. Інноваційний процес є більш широким поняттям і може розглядатися з різним ступенем деталізації. Якщо він передбачає фінансування розробки і розповсюдження нового виду продукту, то є інвестиційним проектом; взаємозв'язки елементів інвестиційного процесу зображено на рис. 1. В загальному вигляді інноваційний процес складається з отримання винаходів та їх комерціалізації, нових технологій, видів продукції і послуг, рішень виробничого, фінансового, адміністративного чи іншого характеру, інших результатів інтелектуальної діяльності.

На першому етапі інноваційного процесу використовуються фундаментальні дослідження, що проводяться в академічних інститутах, вищих навчальних закладах і галузевих спеціалізованих інститутах, науково-дослідних лабораторіях.



Рис. 1. Блок-схема взаємозв'язків елементів інвестиційного процесу

На другому етапі проводяться дослідження прикладного характеру, що здійснюються у всіх наукових закладах і фінансуються як за рахунок бюджету, так і за рахунок замовників. Оскільки результат прикладних досліджень далеко не завжди можна передбачити (він пов'язаний з невизначеністю), то на цьому етапі з'являється імовірність одержання негативного результату та ризик втрати вкладених коштів. Саме тому інвестиції в інновації носять ризикований характер і називаються ризикоінвестиціями.

На третьому етапі здійснюються дослідно-конструкторські експериментальні розробки, що проводяться як в спеціалізованих лабораторіях, конструкторських бюро, так і в науково-виробничих підрозділах великих промислових підприємств. Джерела фінансування ті ж самі, що і на другому етапі, включаючи і власні кошти підприємницької структури.

На четвертому етапі здійснюється процес комерціалізації (запуск у виробництво, вихід на ринок, подальші етапи життєвого циклу продукту). На межі третього етапу і виходу на ринок, як правило, необхідні значні інвестиції у виробництво для створення (розширення) виробничих потужностей, підготовки персоналу, рекламної діяльності тощо. На цьому етапі інноваційного процесу реакція ринку на нововведення ще не визначена, а ризики відторгнення досить вірогідні. Тому інвестиції продовжують носити ризиковий характер.

Отже, для збільшення обсягів виробництва, розширення ринків збуту, підвищення конкурентоспроможності і забезпечення умов для мінімізації інвестиційного ризику, на даному етапі інвестиційного процесу здійснюється емісія цінних паперів. Вона дозволяє залучити додаткові інвестиції, забезпечити їх прибуткове використання за умови підтримки конкурентоспроможності продукції підприємницьких структур.

Список використаних джерел

1. Назаренко С.А. Трансформація завдань стратегічного, інноваційного та фінансового менеджменту у контексті організації системи управління економічною безпекою / С.А. Назаренко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», №11(39), 2018. – С. 62–66.
2. Park S. The effect of investor sentiment on the means of earnings management / S. Park. // Investment Management and Financial Innovations, Volume 15, Issue 1, 2018. – Pp. 10–17.
3. Управління інноваційною складовою економічної безпеки: монографія: у 4-х т. / за ред. д.е.н., проф. Прокопенко О.В. (гол. ред.), к.е.н., доц. Школа В.Ю., к.е.н. Щербаченко В.О. – Суми: Триторія, 2017. – Т. III: Управління інноваційним базисом фінансової та інвестиційної складової економічної безпеки. – 288 с.
4. Bozhkova V.V., Goreta L.V., Kiseleva L. Research of methods of strategic analysis of industrial enterprises / V.V. Bozhkova, L.V. Goreta, L. Kiseleva // In

book: Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W. Strielkowski (eds.). – 1st edition. – Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement, 2018. – Pp. 44–51.

Бражник Л. В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Сорокати В.М.
здобувач СВО «Бакалавр»
спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

У сучасних умовах жорсткої конкуренції суб'єкти підприємницької діяльності з метою досягнення поставлених цілей соціально-економічного розвитку, підвищення економічних і фінансових показників повинні застосовувати інструменти стратегічного планування підприємницької діяльності.

Стратегічне планування, як логічний і в той же час аналітичний процес визначення результатів і ефективності перспективного розвитку підприємства у залежності від зовнішніх умов, було запропоновано та розроблено суб'єктами підприємницької діяльності, які протидіяли сповільненню економічного зростання.

На думку вчених-економістів головною розбіжністю між довгостроковим і стратегічним плануванням є трактування «майбутнього». Система довгострокового планування будується на тому, що майбутнє соціально-економічної системи може бути екстраполяційним, тобто система може розвиватися у відповідності із наявними економічними, фінансовими і соціальними тенденціями. Тоді як система стратегічного планування може характеризуватися: відсутністю передбачення, що майбутнє обов'язково повинно бути краще минулого і не вважається, що результати майбутнього можна визначити методом екстраполяції; екстраполяція замінена розгорнутим стратегічним аналізом, який зв'язує перспективи розвитку соціально-економічної системи і цілей між собою, сприяючи розробці стратегії.

Ряд авторів у економічній літературі вважають, що нова стратегія повинна базуватися на наявних сильних сторонах суб'єкта підприємницької діяльності та при реалізації комплексу заходів із нівелювання його слабких сторін. У міру посилення фактору зміни зовнішніх умов діяльності на ринку, відбувається зміна цільової орієнтованості господарюючих суб'єктів і відмова від твердження, що сильні сторони підприємства – основа поточних і майбутніх успіхів з таких причин: суб'єкти підприємницької діяльності не можуть використовувати свої сильні сторони для цілей диверсифікації;

постійні зміни стану зовнішнього середовища (наприклад, кон'юнктури ринку) досить часто перетворюють сильні сторони діяльності у слабкі.

Має право на життя і точка зору, що стратегічне планування є функцією управління, викликана незбалансованістю реалізованої стратегії та наявних ресурсних можливостей підприємницької структури. Такий погляд направлений на пошук оптимальних варіантів розвитку підприємства і передбачає запровадження комплексного підходу щодо вирішення цільових задач стратегічного планування, тобто стратегічної орієнтації на досягнення високих результатів в умовах функціонування нестабільного зовнішнього середовища і її негативних факторів впливу на підприємницьку діяльність.

У світовій практиці розрізняють три види головних стратегій діяльності підприємства, кожний з яких обґрунтовується виходячи зі стану його економіки і специфіки виробництва:

1. Стратегія зростання, що відображає намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капітальних вкладень.

2. Стратегія стабілізації відбиває прагнення підприємства зберегти досягнені обсяги виробництва, застосовується в основному в умовах істотної нестабільності обсягів продажу та прибутку.

3. Стратегія виживання застосовується як оборонна стратегія в умовах глибокої кризи діяльності підприємства [1, 2].

Отже, будучи під постійним тиском нестабільності та невизначеності, суб'єкт підприємницької діяльності повинен: правильно скеровувати свої ресурси на підприємстві, правильно визначити цілі та напрямки розвитку під час прийняття управлінських рішень. Керуючи цими процесами, підприємство може більше конкретизувати, розробити стратегію розвитку підприємства та управлінських рішень на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Економіка і фінанси підприємства: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / Л. М. Степасюк, Н. М. Суліма, О. В. Величко ; за ред.: В. К. Збарського, В. І. Мацибори. Київ: ЦП «Компринт», 2013. 300 с.

2. Васильківський Д. М. Корпоративна стратегія як основна субстанція стратегічного управління корпоративних утворень. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 4 (Т. 4). С. 167-170. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_4_4/167-170.pdf (дата звернення 12.03.2019).

Бритвнко А. С.

*к.е.н., доцент кафедри економіки і фінансів
Бердянський університет менеджменту і бізнесу
м. Бердянськ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЄ-ЖИРОВОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ

Оліє-жировий комплекс займає значне місце серед підприємств АПК України. За останні роки він досягнув високої ефективності і значних результатів як на національному, так і на зовнішньому ринку.

В останні роки в оліє-жировому комплексі України спостерігається значне зростання виробництва та експорту рослинних олій. Крім того, Україна займає лідируючі позиції з виробництва та експорту олії соняшникової та шроту в країнах Європи та Азії. Також спостерігається зростання виробництва рафінованої олії, майонезу, маргарину та соусів.

Кожного року посилюються позиції на світовому ринку з експорту продуктів переробки олійних культур. Однак в останні роки у структурі експорту соняшнику та ріпаку спостерігається тенденція до зниження частки насіння на користь продуктів його переробки, а ситуація із соєю дещо інша. Поряд із нарощенням обсягів переробки сої та експорту олії і шроту зростає й експорт самого насіння [1].

Водночас у діяльності оліє-жирового комплексу є низка проблем, які потребують нагального вирішення.

1. Дослідження проблем і перспектив роботи підприємств показує, що розвитку галузі та нарощуванню випуску олійно-жирової продукції повинна сприяти інноваційна політика, спрямована на здійснення комплексу заходів із технічного та технологічного оновлення виробничого потенціалу. Необхідно розширювати зв'язки інтеграційного типу, формувати фінансово-промислові групи. Економічний потенціал оліє-жирових підприємств досить великий. Зараз вони самостійно здійснюють заходи з управління, розвитку та формування економічної та техніко-технологічної політики, реструктуризації, реконструкції і модернізації виробництва. Для подальшої успішної діяльності підприємствам оліє-жирового комплексу необхідно розробляти стратегічні напрями діяльності.

2. В останні роки важливим питанням залишається формування ефективних відносин на рівні «виробники – переробка». Тільки створення ефективних умов (цінова політика та інфраструктура) для аграрних підприємств дасть змогу в повному обсязі залучати олійну сировину для подальшої переробки, це буде сприяти виробництву олійної продукції зі значним ступенем переробки (фасовані олії, маргарин, майонез, технічні жири).

3. Важливим питанням в оліє-жировому комплексі є визначення оптимального співвідношення в посівах олійних культур – соняшнику, сої,

ріпаку, раціональної структури виробництва олійних культур, відхід від монопольного вирощування соняшнику. Структурна перебудова виробництва олійних культур має враховувати світові тенденції у виробництві рослинного білка й олії. Останнім часом в Україні розширюються посіви ярового й озимого ріпаку, хоча умови не досить сприятливі для нього, оскільки у роки із суворими зимами озимий ріпак на великих площах вимерзає, а у роки з посушливою весною як ярий, так і озимий ріпак значно знижують урожайність. Тому для нарощування виробництва насіння ріпаку доцільно приділяти увагу агротехнічним та погодним умовам вирощування цієї культури [2].

4. За твердженням провідних науковців, питанням, яке потребує негайного вирішення, є зміна системи оподаткування щодо експорту олійних культур. Зараз в Україні скасовано дію ставки податку на додану вартість щодо експорту олійних культур, яка становила 0%. У результаті цього передбачається зміна відповідних товарних потоків – із чистого експорту до переробки,

Аналіз сировинного, виробничого та експортного потенціалу оліє-жирового комплексу в Україні показав, що він має великі перспективи розвитку, але для цього необхідним є розроблення цілісної стратегії щодо розвитку ринку рослинних олій, яка би сприяла вирішенню цілої низки завдань, зокрема, зниженню коливань цін на ринку, стабілізації маржі фермерів і виробників олії, зростанню платежів до державного бюджету [3]. Розроблення і прийняття нової адаптованої стратегії оліє-жирового комплексу України зумовить вирішення зазначених проблем.

Список використаних джерел

1. Пилявець В.М. Інноваційно-інвестиційна стратегія розвитку олієжирового підкомплексу України та шляхи її реалізації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». – 2016. – № 17. С. 80–85.

2. В Україні активно інвестують у олійний бізнес URL: http://business-tv.com.ua/news/v_ukraini_aktivno_investuyut_u_oliyniy_biznes-101.html.

3. Пилявець В.М., Сисоєва І.М. Економічний потенціал олієжирового підкомплексу України та шляхи його розвитку. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». – Херсон, 2018. – С. 70-73.

Бугаєнко Д.О.
 магістр спеціальності 051 «Економіка»
 Сумський національний аграрний університет
 м. Суми, Україна
 Науковий керівник – к.е.н., доцент Лукаш С.М.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ТА ОЦІНКА ЙОГО ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА

Для здійснення безперервного процесу фінансово-господарської діяльності підприємством, випуску і реалізації продукції необхідне поєднання виробничих фондів, оборотних фондів та самої праці. Для того, щоб підприємство працювало безперебійно і могло розширювати свою діяльність воно повинно мати відповідні оборотні кошти у будь-який момент часу. Саме така роль відводиться оборотним фондам. Рациональне використання оборотних коштів в умовах їх хронічного дефіциту є одним з пріоритетних напрямків діяльності підприємств, в основі якого правильне керування оборотними коштами і запасами, розробка і впровадження заходів, що сприяють зниженню матеріалоємності продукції і прискоренню руху оборотних коштів. Підприємства у випадку ефективного управління оборотними коштами і запасами досягатимуть випереджального економічного стану, збалансованого по ліквідності і прибутковості.

Завданням обігових коштів є забезпечення безперервності виробничого процесу. Фінансовий стан підприємства, його платоспроможність, інвестиційна привабливість – це переважно залежить від оборотного капіталу. Для підвищення ефективності використання обігових коштів необхідне продумане економічне визначення потреби в них, тобто визначення такого їх оптимального розміру, який би при мінімальному запасі забезпечив би безперервне виробництво.

Для підприємства важливо виявити невикористані резерви прискорення оборотності оборотних коштів за рахунок зниження середніх залишків оборотних коштів. Сума коштів вивільнених визначається шляхом множення числа днів (прискорення) уповільнення оборотності на одnodенний оборот по виручці від реалізації звітного періоду.

$D_{об1}$ - тривалість обороту оборотних коштів за звітний період (в днях),

$D_{об0}$ - тривалість обороту оборотних коштів за базовий період (у днях),

$BP_1 / Dп$ - одnodенний товарообіг.

На прикладі транспортного підприємства розраховано, що в результаті зниження оборотності оборотних коштів додаткова сума залучених коштів склала:

$$13368/365 * (45,90-66,98) = 772,05 \text{ тис. грн.}$$

Оцінка впливу чинників на оборотність запасів представлена в таблиці

1.

Таблиця 1. Аналіз впливу факторів на оборотність запасів

Найменування	Виручка від реалізації, тис. грн.	Середні залишки запасів, тис. грн.	Значення показника, кількість обертів
2015	17089	280	5,98
умовний			7,65
2017	13368	183	4,99
вплив фактора	1,67	-2,66	

Зміна оборотності запасів за рахунок зміни виручки від реалізації:

$$D_{(Bp)} = \text{умв}_1 - 2013 = 7,65 - 5,98 = 1,67 \text{ обороту.}$$

Зміна оборотності запасів за рахунок зміни середніх залишків запасів:

$$D_{(Cз)} = 2015 - \text{умв}_1 = 4,99 - 7,65 = -2,66 \text{ обороту.}$$

Розрахунки показали, що на підприємстві є невикористані резерви підвищення оборотності запасів за рахунок зниження запасів товарів шляхом стимулювання їх збуту.

Розглянемо вплив факторів на динаміку коефіцієнта маневреності власного капіталу у таблиці 2.

Таблиця 2. Вплив факторів на динаміку коефіцієнта маневреності власного капіталу

Показники	2015	2016	Підстановки		2017	Відхилення
			I	II		
Оборотні активи, тис. грн.	3136,00	2583,00	1681,00	1681,00	1681,00	-1455,00
Поточні зобов'язання, тис. грн.	5481,50	5288,50	5481,50	4467,00	4467,00	-1014,50
Власний капітал, тис. грн.	1536,00	1169,00	1536,00	1536,00	920,00	-616,00
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,53	2,31	2,47	1,81	3,03	1,50

Розрахуємо зміну коефіцієнта маневреності власного капіталу за рахунок зменшення вартості оборотних активів господарства: $\Delta K_m(OA) = 2,47 - 1,53 = 0,94$

Відхилення даного показника внаслідок зменшення поточних зобов'язань становить: $\Delta K_m(PZ) = 1,81 - 2,47 = -0,66$

Відхилення аналізованого коефіцієнта внаслідок зменшення власного капіталу складає: $\Delta K_m(BK) = 3,03 - 1,81 = 1,22$

Розрахунок даних таблиці показав, що значення коефіцієнта маневреності власного капіталу в 2017 році було зафіксовано на рівні 1,50, що відповідає нормативним вимогам, згідно з якими рівень даного коефіцієнта повинен бути більшим за 0. Також була відмічена позитивно динаміка в зміні цього показника, за досліджуваний період рівень даного коефіцієнта збільшився на 1,50. Причиною такої динаміки стало зменшення вартості оборотних активів господарства на 1455,00 тис. грн., що привело до

збільшення аналізованого показника на 0,94. Факторам позитивного впливу на зміну даного коефіцієнта було також зменшення суми власного капіталу на 616,00 тис. грн., що спричинило підвищення рівня показника маневреності на 1,22. Фактором негативного впливу є зменшення вартості поточних зобов'язань на 1014,50 тис.грн., через що коефіцієнт маневреності зменшився на -0,66. Розглянемо вплив факторів на зміну коефіцієнта забезпеченості власними оборотними коштами у таблиці 3.

Розраховуємо відхилення даного коефіцієнта за рахунок зменшення власного капіталу: $\Delta K_{\text{вок}}(\text{ВК}) = 1,05 - 0,86 = 0,19$.

Відхилення аналізованого показника внаслідок зменшення вартості необоротних активів підприємства становить: $\Delta K_{\text{вок}}(\text{НОА}) = 0,93 - 1,05 = -0,12$

Таблиця 3. Вплив факторів на зміну коефіцієнта забезпеченості власними оборотними коштами

Показники	2015	2016	Підстановки		2017	Відхилення
			I	II		
Власний капітал, тис. грн.	1536,00	1169,00	920,00	920,00	920,00	-616,00
Необоротні активи, тис. грн.	4225,00	4146,00	4225,00	3841,00	3841,00	-384,00
Оборотні активи, тис. грн.	3136,00	2583,00	3136,00	3136,00	1681,00	-1455,00
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	0,86	1,15	1,05	0,93	1,74	0,88

Зміна коефіцієнта забезпеченості власними оборотними коштами внаслідок зменшення вартості оборотних активів господарства становить: $\Delta K_{\text{вок}}(\text{ОА}) = 1,74 - 0,93 = 0,81$. Дані таблиці свідчать про те, що в 2017 році коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами дорівнював 1,77. Варто також відзначити, що протягом досліджуваного періоду рівень цього показника зріс на 0,88. Головним фактором впливу на цю динаміку стало зменшення вартості власних оборотних коштів на 1455,00 тис. грн., що стало причиною зростання досліджуваного коефіцієнта на 0,81. Певний негативний вплив на динаміку зміни аналізованого показника справило зменшення вартості необоротних активів на 384,00 тис. грн., що мало наслідком зменшення даного показника на 0,12. Зменшення суми власного капіталу на 616,00 тис. грн., що було причиною збільшення рівня забезпеченості власними оборотними коштами на 0,19.

Ще досить важливим показником, який впливає на ефективність використання оборотних коштів є рентабельність оборотних активів. Розглянемо вплив факторів на зміну рентабельності фондів у таблиці 4.

Таблиця 4. Вплив факторів на зміну рентабельність фондів
ТОВ «Сумське АТП 15954»

Показники	2015р.	2017р.	Відхилення (+,-)
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	196	40	-156
Вартість основних виробничих фондів, тис. грн.	4222	3837,5	-384,5
Вартість оборотних фондів, тис. грн.	3136	1681	-1455
Відхилення, п. в. всього:			-1,67
за рахунок зміни чистого прибутку			-2,12
за рахунок зміни вартості основних фондів			0,3
за рахунок зміни вартості оборотних фондів			0,15

Розрахунки показали, що рентабельність фондів в 2017 році в порівнянні з 2015 зменшився на 1,67 п. в., це відбулося за рахунок зменшення частого прибутку на 156 тис. грн., в результаті чого рентабельність фондів також знизилась на 2,12 п. в., Щодо вартості основних виробничих фондів, то вони також у звітному періоду в порівнянні з базисним знизилась на 384,5 тис. грн., в зв'язку з цим рентабельність фондів навпаки зросла на 0,3 п. в., вартість оборотних фондів як і попередні показники також зменшились на 1455 тис. грн., а рентабельність фондів зросла 0,15 п. в. Таким чином можна стверджувати, що на збільшення рентабельності фондів найбільший вплив має вартість оборотних фондів. При низькому рівні оборотних коштів господарська діяльність підприємства не підтримується належним чином, а звідси - періодичні збої в роботі, можлива втрата ліквідності, низький прибуток. В цьому випадку підприємство може зіткнутися з ризиком неплатоспроможності. Якщо величина власних оборотних коштів дорівнює нормативній прибуток стає максимальним.

В своїй діяльності підприємствам доцільно проводити розрахунок необхідного рівня оборотних коштів на підставі вивчення виробничо-комерційного циклу: період оборотності дебіторської заборгованості плюс період оборотності кредиторської заборгованості мінус період оборотності запасів, помножений на одnodенний оборот по реалізації. Для прикладу використаємо дані транспортного підприємства: планований об'єм реалізації – 13368 тис. грн. (рівень 2017 р)., період оборотності дебіторської заборгованості зафіксуємо на рівні 2015 року (тому що різке збільшення терміну оборотності у 2017 році є негативною тенденцією) – 60 днів, період оборотності кредиторської заборгованості зафіксуємо на рівні 2017 року – 102 дні, термін обертання запасів – 5 днів. Тоді, потреба в оборотних коштах при беззбитковому об'ємі реалізації складе:

$$(102+60-5)*\frac{13368}{365}=5750,07 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, встановлений мінімально необхідний рівень реалізації продукції і розрахована для нього потреба в оборотних коштах. Прискорення

обороту оборотних коштів дозволяє вивільнити значні суми і таким чином збільшити обсяг виробництва без додаткових фінансових ресурсів, а засоби, що вивільняються, використовувати відповідно до потреб підприємства.

Список використаних джерел

1. Азарова А.О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства / А.О. Азарова, О.В. Рузакова. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 172 с.
2. Алексеев І. В. Поняття обігових активів підприємства як економічної категорії [Текст] / І. В. Алексеев // Економічний простір. – 2010. – № 42. – С. 133–137.
3. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посібник / О.Я. Базилінська. - К.: Центр навч. л-ри, 2011. - 328 с.
4. Ватченко О. Б. Управління оборотним капіталом підприємства / О. Б. Ватченко, І. Б. Тахмазова // Економічний простір. – 2011. – № 50. – С. 193–200.

*Булик О.Б., к.е.н.,
к.е.н., в.о. доц. кафедри міжнародних економічних відносин
та маркетингу*

Львівський національний аграрний університет, Україна

СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Управління рухом товарів є ефективним інструментом активізації попиту: підприємства можуть отримувати прибуток, пропонуючи додаткові послуги та

доступні ціни за рахунок оптимізації обороту товарів. У зв'язку з цим перед підприємством, що зайняло певну нішу на ринку і має налагоджені зв'язки з постачальниками, постає завдання пошуку ефективного варіанта розміщення, зберігання та транспортування аграрно-продовольчої продукції з урахуванням вимог сегмента ринку. Рух продукції поєднує кілька стадій: планування товарообороту, внутрішньовиробниче зберігання, відвантаження, транспортування, зберігання, продаж і післяреалізаційне обслуговування при потребі.

Складовими єдиної програми вдосконалення механізму управління збутом аграрно-продовольчої продукції є роздрібна торгівля системи споживчої кооперації. Практика розвитку системи споживчої кооперації в умовах ринкової економіки України свідчить, що кооперативні принципи, особливо економічної участі її членів, повною мірою не реалізуються. Традиційно споживча кооперація сформувалась як велика суспільно-господарська система, зорієнтована на задоволення попиту в товарах і послугах переважно сільського населення, на подальший розвиток соціально-культурного функціонування сільських поселень. Споживча кооперація, функції якої включають заготівлю, зберігання, транспортування, переробку аграрної продукції та реалізацію сільському населенню необхідних споживчих

товарів, потребує подальшого зміцнення як багатофункціональної системи та передбачає [1, с.1329]:

- диверсифікацію сільськогосподарського виробництва через розвиток особистих селянських і фермерських господарств, зорієнтованих на розведення й відгодівлю тварин, кліткове хутрове звірівництво, квітникарство поряд з виробництвом сільськогосподарської продукції;

- активізацію заготівлі сільськогосподарської продукції через діючі магазини, заклади громадського харчування, торгово-закупівельні організації ринків та подальшу її реалізацію;

- розширення переробки і зберігання сільськогосподарської продукції через введення у дію холодильників, скотозабійних пунктів, млинів, крупорушок, міні-пекарень, олійниць, ковбасних, локшинних, рибопереробних цехів тощо, об'єднання заготівель і переробки;

- здійснення контролю за якістю продукції, її сертифікацію, впровадження штрихового кодування продукції на виробничих підприємствах та спеціалізованих лабораторіях;

- розвиток підприємств харчової промисловості, що базується на сільськогосподарській сировині, закуплених споживчою кооперацією.

Сучасні можливості споживчої кооперації значно обмежуються складною соціально-економічною ситуацією в державі, недосконалістю фінансово-кредитної й податкової систем, бартеризацією товарних відносин та інфляційними процесами, що призвели до вимивання коштів споживчої кооперації.

Укоопспілка значною мірою втратила власні позиції – джерела вагомого та гарантованого поповнення товарних і сировинних ресурсів торговельної мережі системи, ресторанного господарства, кооперативної переробної промисловості, а отже, і національного продовольчого ринку. У заготівельній сфері зберігається застаріла система організації заготівель і стимулювання праці, недостатній професіоналізм і невідповідність кадрів, які не зорієнтовані на конкурентне середовище утримання ринків збуту аграрної продукції.

Ефективне функціонування продовольчого ринку вимагає вдосконалення форм і методів організації заготівель сільськогосподарської продукції та сировини у виробників системою споживчої кооперації. За ринкових відносин традиційних форм закупівель аграрної продукції, зорієнтованих на задоволення усіх потреб споживачів і продовольчого ринку України, вже недостатньо. Демонополізація сфери товарного обороту і розвиток конкуренції на продовольчому ринку є важливішими чинниками, що зумовлюють необхідність удосконалення форм і методів організації закупівель продукції у виробників підприємствами заготівельно-переробного комплексу системи споживчої кооперації.

Потребує вирішення проблема розширення купівлі продукції заготівельними організаціями в місцях її безпосереднього виробництва,

оскільки це дозволяє збільшити надходження аграрної продукції на продовольчий ринок України кращої якості за відносного скорочення загального обсягу перевезень, зменшення втрат продукції на шляху її просування у заготівельно-збутових ланках, торгівлі, сфері споживання, усунення нерівності у відносинах заготівельників із виробниками продукції, зокрема, досягти паритету сторін в оцінці продукції, вивільнити аграрні підприємства від непритаманних їм функцій із транспортування продукції.

Сучасна система формування попиту та стимулювання збуту передбачає різні способи руху інформації про продовольчі товари через відеокасети, факсимільну, електронну та голосову пошту, які виконує каталоговий, телефонний, інтерактивний маркетинг. Інструменти і методи доступні споживачу через прямий маркетинг.

Для поведінки споживачів важливим чинником є позиціювання, як процес завоювання ринкової ніші підприємницькою структурою, продуктом або послугою, що вигідно відрізнятиме їх від позиції конкурентів. Воно здійснюється з орієнтацією на цільову групу споживачів, щодо якої створюються і пропонуються конкурентні переваги й унікальність товару, конкурентне позиціювання фірми, товарів або торгової марки. Позиція господарюючого суб'єкта залежить від його прагнення створювати конкурентні переваги на ринку, оскільки це сукупність пропозиції та іміджу стосовно конкуруючих структур. Так, у продуктовій роздрібній торгівлі певного ринку господарюючий суб'єкт зайняв позицію у «верхній» частині ринку, ґрунтуючись на безпечності продукції та прагнучи залучити гурманів, в той час, як інша конкурує на основі низьких цін. Обидва господарюючі суб'єкти мають повне (хоча і різне) уявлення щодо цільових споживачів, на яких була зорієнтована їхня продукція [2].

Позиціонування в основному базується на комбінації ціни, якості й додаткових послуг (сервісу) та пов'язане з двома ключовими маркетинговими рішеннями: обранням цільового ринку і товарною диференціацією. Спеціалісти маркетингу створюють базу даних, виділяючи пріоритетні купівлі з урахуванням соціально-економічних, демографічних та інших умов. Аграрна політика в умовах інтеграційних процесів до ЄС нерозривно пов'язана з масштабними процесами регулювання маркетингової діяльності, чільне місце в якій відводиться споживацькій поведінці покупця [4]. Екологічно-соціальне спрямування формування попиту і стимулювання збуту сільськогосподарської продукції, підвищення його екологічної безпеки з метою постачання споживачам екологічно чистого продовольства та забезпечення сприятливих умов життєдіяльності населення потребує державного регулювання сільськогосподарського виробництва, системи адміністративних та економічних важелів.

Досвід міжнародних та європейських організацій [3,4] свідчить, що головними напрямками формування попиту і стимулювання збуту продовольчої продукції в умовах членства України в СОТ та інтеграції з ЄС є:

- забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів ринку через застосування біотехнологій, здатних надавати нові споживчі властивості товарам;
- використання рослин-продуцентів фармацевтично цінних білків, антитіл, вакцин та охорона довкілля;
- контроль біотехнологічних процесів, перевірка якості харчових продуктів і питної води з використанням високочутливих, товарних та економічних методів аналізу, зокрема біо- і хімосенсорних систем, позиціонування продукції, що базується на комбінації ціни, якості та використанні додаткових послуг;
- сегментація продовольчого ринку;
- економічна діяльність кооперативів, асоціацій і спеціальних фондів, що функціонують у межах соціальної економіки та спрямовані на обслуговування інтересів місцевої громади, не маючи на меті отримання прибутку;
- використання властивості дуалізму товару на мікрорівні, що віддержує одночасну наявність у продукті взаємозалежних і взаємодоповнюючих якісних параметрів (енергоємність, харчова цінність, оздоровчі властивості);
- створення соціально-економічних умов підвищення життєвого рівня виробників і споживачів продовольства.

Список використаних джерел

1. Андрушко А.М. Вдосконалення форм організації матеріально-технічного постачання та збуту продукції сільськогосподарських підприємств / А.М. Андрушко // Економіка: проблеми теорії та практики [зб. наук. праць] Вип. 231, Т. VII. – Дніпропетровськ, 2007. – С. 1324-1331.
2. Нейкова Л.І. Управління збутом продукції агропідприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс] «Ефективна економіка» / Л.І. Нейкова, І.В. Круценко // Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2483>.
3. Марищук Я.В. Удосконалення стимулювання збуту на підприємстві [Електронний ресурс] / Я.В. Марищук // Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/1/27.pdf>.
4. Стегней М.І. Сучасні проблеми вітчизняного агробізнесу в умовах СОТ і ЄС [Електронний ресурс] / М.І. Стегней // Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/nvl nau/Ekon/2010_15/stegnei.pdf.

Буц І.М.

Бердянський університет менеджмента і бізнесу,

МЮУ-МОНУ,

м. Бердянськ-Київ, Україна

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В НОВИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В УКРАЇНІ

Сьогодні фермерське господарство – це суб'єкт аграрного підприємництва, сільськогосподарське підприємство з відокремленим майном, власною або орендованою земельною ділянкою, створене родинно-сімейним об'єднанням громадян України з правом вільного найму робочої сили. Фермерське господарство - порівняно нова організаційно-правова форма в сільському господарстві України. Проте, незважаючи на відносну «молодість», фермерські господарства нині займають найбільшу нішу за кількісними ознаками [1]. Найбільший вплив на правове становище фермерського господарства спричинило легальне визнання його юридичною особою. Тривалий час ведуться теоретичні спори про необхідність присвоєння фермерському господарству статусу юридичної особи. Однак російські та українські дослідники вважають, що жодної потреби в цьому немає. Підтримуючи наведене, В. Устюкова зазначає, що категорію юридичної особи було застосовано до селянського господарства саме тому, що українське законодавство відступило від «класичного» розуміння фермерського господарства як господарства сімейного та дало можливість створити селянське господарство, не пов'язане родинними зв'язками. Правознавці С. Зінченко і В. Галов взагалі вважають, що набуття фермерським господарством повноцінного статусу юридичної особи можливе лише за умови що їх «відносини» звільняться від особистісно-сімейних зв'язків. Разом із тим, по суті заперечуючи це, вони зазначають, що родинність при створенні класичної комерційної організації (наприклад подружжям, дітьми, іншими родичами) втрачає свою роль і сутність, оскільки відносини їх учасників набувають чисто речової (товарної) форми. Саме це, на їх думку, і створює основу для виділення фермерського господарства у розмаїтті організаційно-правових форм господарювання.

Наведені висловлювання вчених-правознавців можна заперечити. Ні в російському, ні в українському Цивільних кодексах, як і в інших актах цивільного законодавства, немає жодної вимоги щодо заборони наявності родинних зв'язків між засновниками й учасниками (членами) комерційних організаційно-правових форм. Не створює таких заборон і приватноправова доктрина. Присвоєння фермерському господарству статусу юридичної особи веде до зміни обсягу його правосуб'єктності. Крім спеціальної правосуб'єктності, визначеної в ч. 1 ст. 1 Закону України «Про фермерське господарство» від 19.06.2003 р., що виявляється у можливості виробництва товарної сільськогосподарської продукції, здійсненні її переробки та реалізації з метою одержання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства, відповідно до закону фермерське

господарство наділяється універсальною правосуб'єктністю, що полягає у здатності мати суб'єктивні права й обов'язки, набуваючи та здійснюючи їх через відповідні органи. Безумовно, позитивною є можливість повноцінного включення фермерського господарства до майнового обороту. Однією з основних кваліфікаційних ознак юридичної особи є майнова відокремленість: майно належить їй на праві власності, а засновники та учасники наділені лише майновими правами на членські внески. Це дає змогу здійснювати господарські операції, враховуючи нормальний підприємницький ризик, бо є матеріальна основа для настання майнової відповідальності у разі невиконання зобов'язань. З такої точки зору важливим, на нашу думку, є ще й ступінь довіри інших суб'єктів майнових правовідносин до учасника, що може забезпечити свої зобов'язання реальними майновими активами.

Наявність відокремленого майна також дає можливість здійснювати розширене виробництво, спрямовуючи одержані від господарської діяльності доходи на оптимізацію структури майнового комплексу господарства. Крім того, не маючи ознаки майнової відокремленості, будь-який суб'єкт господарювання потрапляє у пряму жорстку залежність від волевиявлення його учасників (пайовиків), які у будь-який момент, незалежно від виробничої потреби, можуть зажадати повернення своїх майнових часток, внесених до статутного фонду підприємства. Не маючи законодавчого підґрунтя, статут підприємства є досить слабкою перешкодою для цього, адже (навіть якщо розглядати внутрішні майнові відносини) воно регламентоване локальними статутними чи установчими актами (як різновид цивільно-правового договору про розпорядження майном, що перебуває у спільній сумісній власності), що не дає належних юридичних гарантій на перетворення цієї власності на часткову з подальшим вільним вилученням майнових часток, з цілісного майнового комплексу господарства. Не зайвим уявляється і розширення обсягу загальної правосуб'єктності за рахунок узаконеної можливості від власного імені набувати майнові права та створювати обов'язки. Нарівні з наведеними позитивними моментами одержання фермерським господарством статусу юридичної особи наділене й негативом. Унікальною якісною ознакою, що відрізняє цю організаційно-правову форму від інших, є легальне обмеження складу її членів сімейно-родинними зв'язками [2]. Парадоксальним є той факт, що набуття фермерським господарством статусу юридичної особи нівелює ознаку родинного об'єднання. Для конструкції юридичної особи не є істотним якісний склад її засновників та учасників. Один з легальних способів утворення юридичної особи - об'єднання осіб без посилення на характер їх між особистісних взаємозв'язків. Таким чином, визначена спеціальним законодавством ознака родинної єдності засновників і членів фермерського господарства вносить деяку дисгармонію в загальний порядок утворення юридичної особи, визначений цивільним законодавством. Тому доцільно привести загальне законодавство у відповідність із вимогами спеціального, виокремивши якісну ознаку родинної єдності саме для фермерського господарства як особливої організаційно-правової форми аграрного підприємництва.

Висновок. З викладеного випливає, що підприємницькі юридичні особи неможливо утворити простим об'єднанням осіб без одночасного створення

майнового підґрунття їх діяльності. Відокремлювати одну ознаку, зокрема щодо складу осіб-учасників, доцільно лише в рамках окремого наукового дослідження для виділення пріоритетних особливостей відповідної організаційно-правової форми. Такою ознакою для фермерського господарства є родинний склад його членів. Модель фермерського господарства з одним його засновником-членом не відповідає ознакам юридичної особи. Як наслідок необхідно виключити цю дозвільну норму із Закону України «Про фермерське господарство» або диференціювати сферу її застосування залежно від конкретних випадків виробничої практики.

Надання фермерському господарству повноцінного статусу юридичної особи створило коло правових колізій, що потребують відповідного розв'язання. Передусім це стосується принципу незворотності дії нового Закону в часі.

Список використаних джерел

1. Проценко Т.П. Проблеми права власності селянських (фермерських) господарств та особистих підсобних господарств громадян і порядок їх ведення // *Проблеми права власності та господарювання у сільському господарстві*. Монографія. К: 2001.
2. Лебідь В.І. Організаційно-правова форма фермерського господарства : чи потрібна імперативність ? // *Бюлетень Міністерства юстиції України*. № 4 (54), 2006, С.68 - 74.

Васильченко О. В., Лук'яненко О.А
магістри з маркетингу
Лищенко М.О.

д.е.н., завідувач кафедри статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна

СИСТЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ АГРАРНОГО СПРЯМУВАННЯ

Схема організації відділу маркетингу може бути різною залежно від ознаки її побудови. Розрізняють п'ять видів організаційної структури служби маркетингу:

- функціональну вона заснована на поділ елементів маркетингової діяльності між функціями та службами - це маркетингові дослідження, реклама і т.д.;
- географічну (регіональну, територіальну) - об'єднання маркетингових дій у службах, які є розподіленої відповідно до територій, які обслуговуються ними;
- товарну (продуктову) - управління маркетингом, в якій за розробку і реалізацію поточних і стратегічних планів маркетингу для певного продукту чи групи продуктів відповідає керівник, в якого в підпорядкуванні

знаходиться працівники які виконують усі необхідні для цієї групи (продукту) функції маркетинг;

- ринкову (сегментну) - керівники окремими ринками несуть відповідальність за реалізацію та розробку планів маркетингової діяльності на певних видах ринків;
- матричну (різні види комбінацій перерахованих ознак) – заснована на системному підході, за необхідності пристосування в нових умовах функціонування характеризується структурною гнучкістю .

Процес організації маркетингового управління супроводжується комунікаціями між працівниками. Таким чином, впровадження системи організації маркетингового управління буде сприяти підвищенню результативності маркетингового управління і, як наслідок, підвищенню ефективності діяльності підприємств і зміцненню їхніх позицій на ринку.. Отже, сьогодні кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю[1].

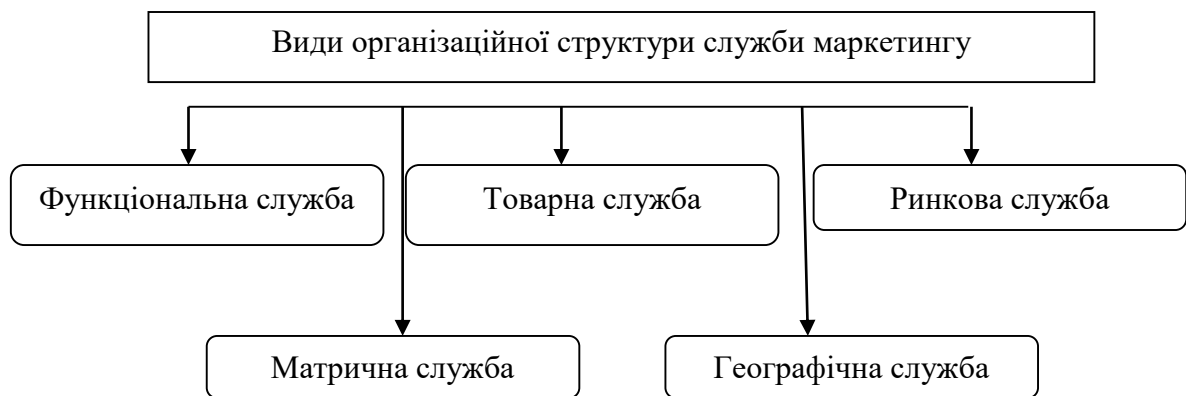


Рис.1. Види організаційної структури служби маркетингу

Організація маркетингової діяльності на сільськогосподарських підприємствах визначається особливостями сільського господарства: залежністю результатів від природних умов, роллю і значенням товару, різноманітністю форм власності, незбігом робочого періоду і періоду виробництва, сезонністю виробництва і отримання продуктів, різноманітністю організаційних форм господарювання і їх діалектикою, зовнішньоекономічними зв'язками, участю державних органів в розвитку АПК і його галузей. Природні та економічні процеси в агробізнесі інтегруються і створюють особливі умови для виробництва й організації маркетингу.

Організація маркетингу на підприємстві передбачає: побудову та вдосконалення структури управління маркетингом; підбір фахівців з маркетингу належної кваліфікації; розподіл завдань, прав та відповідальності серед працівників маркетингових служб; створення належних умов для ефективної роботи маркетингового персоналу; забезпечення ефективної взаємодії маркетингових та інших служб.

В Україні маркетинговий підхід як особлива сфера діяльності поки не одержав широкого поширення в сільськогосподарських формуваннях, внаслідок дії чинників суб'єктивного та об'єктивного характеру. Серед цих причин необхідно виділити насамперед низький рівень маркетингової підготовки керівників сільськогосподарських підприємств та представленню кваліфікованих фахівців в області маркетингу у структурах управління. Та й процеси реформування сільськогосподарських підприємств зумовили їх розукрупнення та труднощі із організацією маркетингової діяльності [2].

Тому для прийняття і реалізації програми маркетингу як по окремих видах продукції, по товарообігу, так і по підприємству в цілому має важливе значення координація діяльності служб, що формують управлінські рішення на різних рівнях. Координація діяльності відділів і служб базується на взаємозв'язку цілей функціонування в досягненні головної мети (місії) підприємства. В першу чергу потрібно звернути увагу якщо сільськогосподарське підприємство проводить неефективну маркетингову чи товарну політику, при цьому просуває нерентабельні товари, то звичайно що очікував результати не виправдують себе. Для підвищення рентабельності потрібно переорієнтувати всі маркетингові зусилля на збут та просування перспективних і рентабельних товарів, підвищити віддачу від зусиль працівників, звільнити додаткові людські ресурси для розвинення нових ринків, товарів, каналів збуту тощо. Всі ці дії виправдують комерційні зусилля з реструктуризації та перебудови організаційної та маркетингової структури підприємства. Не дивлячись на те, що на підприємстві відсутній відділ маркетингу, маркетингові функції виконуються різними працівниками адміністративного складу даного підприємства, оскільки їх виконання є суттєво важливим для будь-якого комерційного і некомерційного підприємства. Це положення виходить з самого визначення маркетингу як такого: маркетинг – вид людської діяльності, направленої на задоволення потреб і потреб за допомогою обміну. Алгоритм реорганізації організаційної структури підприємства наведено у табл. 1

Таблиця 1

Алгоритм реорганізації організаційної структури підприємства

Етап реорганізації	Особа, що здійснює	
	до реорганізації	після реорганізації
Аналіз системи управління підприємства і наявної організаційної структури	Директор підприємства	
Визначення можливих шляхів реорганізації організаційної структури	Директор підприємства	
Визначення системи організації відділу маркетингу	-	Директор з маркетингу
Реорганізація організаційної структури (створення відділу маркетингу)	-	Директор з маркетингу

Розподіл повноважень	Директор підприємства	Директор підприємства
Розподіл обов'язків	Директор підприємства	Директор з маркетингу
Координація діяльності підприємства	Головний бухгалтер	Головний бухгалтер
Перевірка взаємозв'язку і функціонування	Головний бухгалтер	Головний бухгалтер

складено на основі джерела [3]

Таким чином, першим кроком на шляху створення посади маркетолога на підприємстві є визначення його організації. Система загальної організації за географічним принципом, як така, була визнана виправданою. Продуктова організація маркетингової діяльності служби маркетингу також виправдана і приносить значні прибутки. Але відсутність чіткого керівництва та системи маркетингового аналізу на підприємстві робить зусилля маркетингових працівників «розсіяними» та «нецілеспрямованими». Тому створення посади маркетолога допоможе вирішити ці питання.

Список використаних джерел

1. Єранкін О. О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації/ [монографія]. К.: КНЕУ, 2011. 419 с.
2. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетинг в малому бізнесі. Теоретичні основи: навч. - метод. посібник. ПП «Буринська районна друкарня», 2018 104 с.
3. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія [Текст]. К. КНЕУ, 2013. 267 с.

*Васільєв А.С.,
ЗВО Облік і оподаткування, СВО «Магістр»
Пилипенко К.А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА - НЕОБХІДНІСТЬ В УМОВАХ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБІКУ

Вирішуючи завдання побудови найефективнішого обліку, що надає користувачам достовірну, корисну та своєчасну інформацію, підприємство розробляє свої власні конкретніші правила та принципи обліку. Сукупність таких правил – це і є облікова політика

Підприємство самостійно [2]:

- 1) визначає облікову політику підприємства;
- 2) обирає форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них з додер-

жанням єдиних засад, встановлених цим Законом, та з урахуванням особливостей своєї діяльності і технології обробки облікових даних;

3) розробляє систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю господарських операцій, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів;

4) затверджує правила документообороту і технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку.

Підприємство повинне висвітлювати обрану облікову політику шляхом опису [3]:

1. Принципів оцінки статей звітності;
2. Методів обліку щодо окремих статей звітності.

Тобто облікова політика підприємства ґрунтується на основних принципах обліку та звітності. Під принципами бухгалтерського обліку слід розуміти правила, якими необхідно керуватися під час вимірювання, оцінки та реєстрації господарських операцій і при відображенні таких операцій (їх результатів) у фінансовій звітності.

Наказ про облікову політику визначає такі основні положення:

- методи оцінки вибуття запасів;
- періодичність визначення середньозваженої собівартості одиниці запасів;
- порядок обліку (ідентифіковано чи загалом) і розподілу транспортно-заготівельних витрат;
- окремі субрахунки обліку транспортно-заготівельних витрат;
- методів амортизації необоротних активів;
- вартісні ознаки предметів, що входять до складу малоцінних необоротних матеріальних активів;
- клас 8 та/або 9 Плану рахунків бухгалтерського обліку;
- періодичність (періоду) зарахування сум дооцінки необоротних активів до нерозподіленого прибутку;
- метод обчислення резерву сумнівних боргів;
- перелік створюваних забезпечень майбутніх витрат і платежів;
- порядок оцінки ступеня завершеності операцій з надання послуг;
- сегменти, пріоритетні види сегмента, засади ціноутворення у внутрішньо-господарських розрахунках;
- перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат, бази їх розподілу;
- перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг);
- порядок визначення ступеня завершеності робіт за будівельним контрактом;
- придбані в результаті систематичних операцій фінансові активи;
- бази розподілу витрат за операціями з інструментами власного

капіталу;

- поріг суттєвості щодо окремих об'єктів обліку;
- переоцінку необоротних активів;
- періодичність відображення відстрочених податкових активів і відстрочених податкових зобов'язань;
- окремий баланс філіям, представництвам, відділенням та іншим відокремленим підрозділам підприємства.

Облікова політика може змінюватися тільки, якщо змінюються на підприємстві статутні вимоги, якщо змінюються вимоги органу, який здійснює функції з державного регулювання методології бухгалтерського обліку та фінансової звітності, або якщо зміни облікової політики забезпечать більш достовірне відображення подій (господарських операцій) у бухгалтерському обліку і фінансовій звітності [1].

Розробка облікової політики цілком і повністю покладається на головного бухгалтера підприємства (юридичну або фізичну особу), а затверджує – керівник підприємства. З наказом під підпис знайомлять усіх відповідальних осіб.

Отже, підведемо такий підсумок, що облікова політика – це серце бухгалтерського обліку на підприємстві. Вона задає темп і відбиває ритм для кожного бухгалтера: раз – вибирає метод списання запасів, два – встановлює частоту проведення інвентаризації, три – визначає перелік статей калькулювання виробничої собівартості. Наказ про облікову політику може бути жорстким, мобілізуючи сили всього облікового колективу, може бути м'яким, дозволяючи зручно організовувати роботу.

Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф. Ф. Проблеми науки бухгалтерського обліку: реалії : монографія /Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2005. – 324 с.
2. Журавель Г. П. Облікова політика підприємства в ринкових умовах : навч. посіб./ Г. П. Журавель, В. Б. Клевець, П. Я. Хомин. – Тернопіль : Професіонал, 2009. –320 с
3. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 27 червня 2013 р. № 635 [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

Ведмідь М. О.

здобувач СВО «Бакалавр»

Науковий керівник – Песцова-Світалка О. С., к. е. н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

На сьогоднішній день, боротьба з тіньовою економікою є необхідною умовою для економічного розвитку, підвищення рівня і якості життя

населення, зміцнення національної безпеки держави. У глобальному масштабі ця проблема має тенденцію до загострення. Тому розроблення ефективних механізмів детінізації сфери господарювання та фінансів, розшуку й повернення до легального обігу незаконно виведених із нього активів, захист об'єктів права власності є пріоритетними напрямками реалізації державної політики в правоохоронній галузі.

Тіньова економіка – це складне соціально-економічне явище, що є сукупністю неконтрольованих і нерегульованих як протиправних, так і законних, але аморальних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності з приводу отримання прибутку шляхом приховування доходів й ухилення від сплати податків [1, с. 17].

Тіньова економіка має три складові: неформальну, приховану і підпільну (кримінальну) економіку. Неформальну економіку утворюють нерегламентовані виробництво товарів і надання послуг; прихована економіка – це легальне виробництво та продаж необлікованих товарів і послуг; підпільна (кримінальна) економіка – заборонені види діяльності (корупція, наркоторгівля тощо) [2, с. 32].

Високий рівень тінізації економіки, брак достатніх стимулів для легалізації доходів населення та зростання рівня тіньової зайнятості визначено найнебезпечнішими глобальними загрозами для економічної безпеки держави.

Досліджуючи рівень тінізації економіки в Україні Ладюк О.Д. відмітив, що її значення відрізняється залежно від методики, так гідно з оцінками Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, тіньова економіка в Україні коливається в межах 25 % – 58 % від офіційного обсягу ВВП. Рівень тіньової економіки в Україні за оцінками професора Фрідріха Шнайдера, експерта з питань тіньової економіки, сягає близько 50 % ВВП. Окремі джерела стверджують, що частка тіньової економіки в Україні сягає рівня 50 – 70 % ВВП [3, с. 33].

Дадашова П.А., Кладова М.П. виділили такі індикатори загроз економічної безпеки: загроза зміни рівня добробуту населення; спаду виробництва; зміни демографічної ситуації зміни структури доходів і витрат населення та зниження інвестиційної активності; фінансові загрози (обмінний курс, рівень внутрішнього та зовнішнього боргу, індекс споживчих цін) [4].

Основними напрямками державної політики визнано подолання «тінізації» економіки шляхом реформування податкової системи, оздоровлення фінансово-кредитної сфери та припинення впливу капіталів за кордон, обмеження позабанківського обігу коштів; забезпечення збалансованого розвитку бюджетної сфери, внутрішньої і зовнішньої захищеності національної валюти, її стабільності, захисту інтересів вкладників, фінансового ринку; здійснення виваженої політики внутрішніх і зовнішніх запозичення.

Тіньова економіка є фактором, який сприяє деградації бюджетної системи внаслідок маніпулювання бюджетними ресурсами та державною

власністю. Ця проблема тісно пов'язана з іншими деструктивними виявами. Вони взаємообумовлюють одна одну та формують певну систему причинно-наслідкових зв'язків. Однією з таких систем є ланцюг «корупція – тінізація економіки»: тінізація породжує корупцію, і корупція, водночас, породжує тінізацію економіки, адже остання фактично є основою корупції. Стимулювання корупцією розвитку тіньових відносин спричинено тим, що високий рівень корупції збіднює країну й ослаблює демократичні інститути, а це призводить до збільшення частки тіньового сектору в економіці країни.

Сьогодні детінізацію економіки можна розглядати як один із критеріїв оцінки ефективності впроваджуваних реформ і сприйняття їх суспільством. Отже в цілому детінізація стала наслідком: продовження позитивних економічних тенденцій та збереження ознак загальної економічної стабілізації в умовах реалізації Урядом задекларованих реформ, спрямованих на підвищення доходів населення та зміцнення інвестиційної складової зростання, посилення ринкових тенденцій та поступової оптимізації процесів формування цін на внутрішніх ринках, збереження сприятливих умов для ведення бізнесу в Україні, що засвідчується доволі високим рівнем ділової активності бізнесу та покращенням очікувань та ін.

Водночас динаміка детінізації стримується нерозв'язаними проблемами, які негативно позначаються на розвитку економіки країни в цілому. Це, зокрема: збереження значних викликів забезпеченню стабільного функціонування фінансової системи країни та наявність невідконтрольних владі територій, утворених у ході військової агресії на території країни [1, с. 16].

Таким чином, однією з найбільш серйозних загроз, яка виникає для національної економічної безпеки є саме тіньова економічна діяльність. Результативність процесу детінізації економіки є похідною від спроможності держави створити сприятливі умови для нарощення суб'єктами господарювання ділової активності в легальній економіці завдяки поліпшенню інвестиційного та бізнесклімату в країні та створенню такого інституційного середовища, для якого тіньова економіка стала б неефективною. Шляхи детінізації економіки країни повинні сприяти захисту економічної безпеки держави, розвитку економіки та демократизації суспільства.

Список використаних джерел

1. Васенко В.К. Тіньова економіка України та шляхи її детінізації / В.К. Васенко // Економічні науки. – 2016. - №1. – С. 17-18.
2. Ганжа Б.О. Економічна сутність тіньової економіки та теоретичні основи визначення її структури / Б.О. Ганжа // Формування ринкових відносин в Україні. – 2016. – №2. – С. 30-32.
3. Ладюк О.Д. Характеристика тіньової економіки в Україні / О.Д. Ладюк // Економіка та держава. – 2017. – № 8. – С. 32-34.

4. Дадашова П.А. Вплив тіньової економіки на економічну безпеку України / П.А. Дадашова, М.П. Кладова // Ефективна економіка – 2016. – № 11.

*Волкова Н. В.
к.е.н., ст. викладач кафедри економіки підприємства
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах реалізації стратегії стійкого розвитку переробних підприємств і структурно-інноваційної перебудови української економіки особливої актуальності набувають питання якісної перебудови структури економіки, створення необхідних умов економічного зростання, стилю і способу життя, системи цінностей і мотивацій, а також зміни технологічного способу виробництва в усіх ланках, що його визначають.

Розвиток та функціонування переробних підприємств України в умовах конкурентного середовища потребує господарської гнучкості, постійної готовності до організаційних змін. Останні, як правило, стосуються цілей та завдань компанії, її структури, стратегії, технології, товарів, організаційної культури, установок і поведінки співробітників тощо. Корегування таких параметрів сучасних підприємств відбувається найчастіше зі зміною власника або топ-менеджменту підприємства, супроводжується впровадженням нових методів підвищення ефективності підприємства і спеціально планується. У науковій літературі даний процес одержав назву «організаційного розвитку» [1].

«Організаційний розвиток (organization development (od) – довгострокова програма вдосконалення можливостей підприємства з вирішення різних проблем та здатностей до відновлення, особливо шляхом підвищення ефективності керування культурою організації. При цьому активно використовуються теоретичні й технологічні новинки, досягнення прикладних наук про поведінку, у т.ч. і теорії операцій» [2]. Розвиток переробних підприємств є процесом кількісних, якісних та структурних змін переходу від одного стану в інший, формою і тенденцією існування підприємства в умовах середовища, що змінюється. Він відбувається під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів.

До зовнішніх причин організаційного розвитку слід віднести зміни у зовнішньому середовищі підприємства, які безпосередньо стосуються його діяльності. Реагування на них має бути адекватним, забезпечуючи цим стійкість підприємства. Внутрішні джерела розвитку розміщуються у самому підприємстві та пов'язані з протистояннями, що виникають між класичними та більш сучасними елементами: структурами, функціями, персоналом, зіткнення між спонукальними та обмежувачими перемінними силами.

Зміни вказують на появу будь-чогось нового. Розвиток характеризує зміни у предметі, засобах праці і в людині. Проте поняття «зміни» і «розвиток» не тотожні. Окремі дослідники їх взагалі протиставляють, трактуючи в контексті «об'єктивного-суб'єктивного». Деякі науковці вважають, що зміна системи відбувається відповідно до об'єктивних законів, під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, а відповідно, сполучена з випадковістю і неорганізованістю. Розвиток же є процесом змін організованим, спрямованим і закономірним [3].

Інші дослідники подають взаємозв'язок «змін» і «розвитку» підприємства в аспекті «зміст-форма»: розвиток (прогрес), функціонування і скорочення (регрес) визначаються формами організаційних змін. При чому, «точкою відліку» і базою порівняння є або теперішній, або минулі стани системи. Критерієм цих змін є поява нових властивостей, що зміцнює стабільність і гармонійність функціонування соціально-економічної системи або створюючи принципово нові умови для цього, тобто інновації [4].

З метою поліпшення економічних показників господарської діяльності, прискорення розвитку переробного підприємства впроваджують інновації, тобто нові досягнення, призначені для впровадження та використання у діяльності.

Основоположні концепції управління інноваціями запропоновані в працях багатьох зарубіжних і вітчизняних учених. Разом з тим недостатньо розробленими є питання попереднього вибору напрямів інноваційного розвитку підприємств, встановлення сутності і змісту напрямів інноваційного розвитку, їх узагальненої класифікації.

На думку автора, напрям інноваційного розвитку переробного підприємства – це обрана господарюючим суб'єктом система певних складових діяльності та заходів щодо їх впровадження і реалізації інновацій, які обумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, з метою забезпечення зміцнення його ринкових позицій та створення умов для прогресивного розвитку.

Управління розвитком передбачає вирішення, принаймні, кількох завдань визначення напрямів і темпів розвитку – управління переходом від поточного стану підприємства до бажаного; подолання супротиву організаційним перемінам; формування лідерів організаційного розвитку; досягнення організацією стійкого розвитку. Суттєвою проблемою розвитку підприємства є виховання лідерів організаційних змін, призначення яких - оптимізувати господарські процеси, створити систему менеджменту, використовувати нові прийоми роботи.

Необхідність управління розвитком переробного підприємства виникає у таких випадках [5]:

- корінна зміна обраної тенденції розвитку підприємства (напряму вектора розвитку), що супроводжується несподіваним переходом в інший атрактор розвитку. Необхідні дії: перегляд орієнтирів розвитку підприємства,

повна діагностика підприємства з метою виявлення потенційних і реальних ресурсів для дифузії підприємства в новий ринковий простір і адаптації до умов внутрішнього та зовнішнього середовища, які змінилися;

- відхилення від орієнтирів розвитку підприємства (комплекс індикаторів) у рамках існуючого атрактора розвитку. Необхідні дії: перегляд, мети, завдань функціонування підприємства, що супроводжуються діагностичним аналізом і коректуванням ресурсів підприємства;

- корінна зміна вектора спадного розвитку підприємства на основі виникнення штучної точки біфуркації (кардинальна зміна основного вектора розвитку). Необхідні дії: всебічна оцінка потенційних і реальних можливостей підприємства для виходу з точки біфуркації, розробка механізму управління кризами.

У рамках процесу управління розвитком переробного підприємства розв'язуються два комплексних завдання: усунення диспропорцій, що виникають у відхиленнях від запланованої поведінки підприємства в просторі і часі; створення диспропорцій (протиріч) як джерел подальшого поступального розвитку підприємства.

Отже, критичний огляд існуючих підходів до поняття «управління» та «розвиток» дає змогу сформулювати висновок, що управління розвитком переробних підприємств – цілеспрямований, систематичний вплив керуючої підсистеми на керовану за допомогою основних функцій менеджменту (планування, організовування, мотивування, контролювання та регулювання) для забезпечення розвитку підприємства, що відповідає поставленим цілям.

Тобто управління розвитком переробних підприємств передбачає перехід системи від одного стану до іншого з якісно новими властивостями, в той час як управління підприємством передбачає зміну з початкового стану до такого, що мінімально відрізняється від вихідного, інакше кажучи знаходиться у рамках зміни інтегрального показника розвитку підприємства. Управління розвитком, на нашу думку, має забезпечити зрештою сталий розвиток підприємства.

Отже, взаємозв'язок між основними категоріями, розглянутими нами, можемо відобразити на рисунку 1.

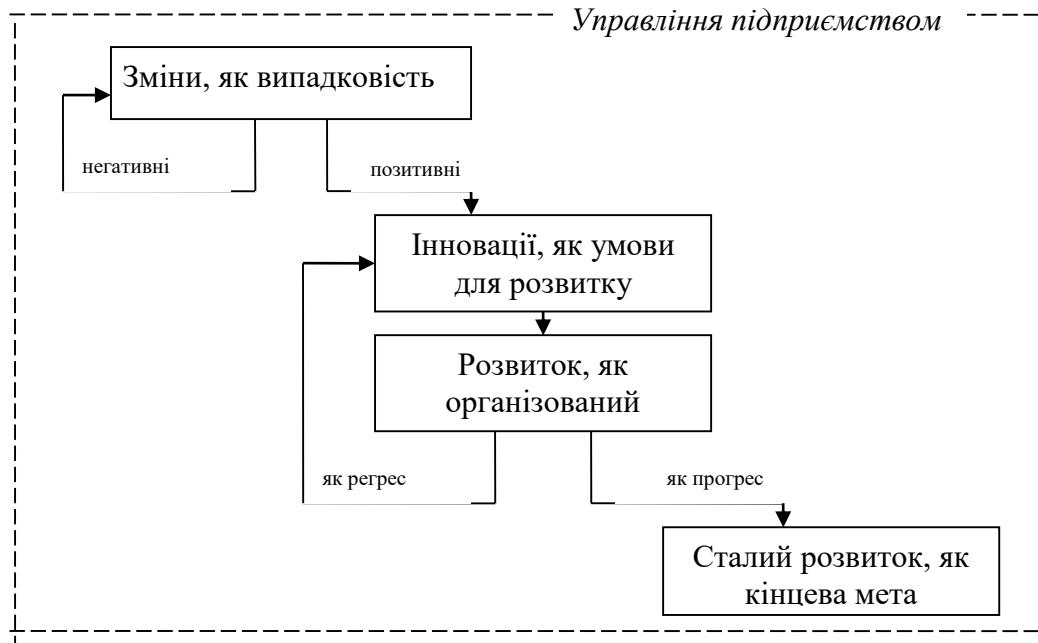


Рис. 1. Понятійно-категоріальний ланцюг «зміни-сталий розвиток»

Характеризуючи даний рисунок, бачимо, що основою будь-яких перетворень, взагалі та на переробному підприємстві зокрема, є зміни. Критерієм цих змін буде виступати поява нових ознак, які зміцнюватимуть стабільність і забезпечуватимуть злагодженість функціонування соціально-економічної системи або формуючи принципово нові обставини для цього, тобто інновації.

Отже, розвиток – це процес закономірних змін, переходу з одного якісного стану в інший, зміни взагалі, придбання нової якості, що зміцнюється життєдіяльністю підприємства в умовах мінливого середовища. При цьому управління розвитком підприємства має забезпечити врешті-решт сталий розвиток переробних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий: Монография. – Киев: ЦУЛ, 2005. – 648 с.
2. Видяпина В. И. Бакалавр экономики. – Т. 2. – Режим доступа: <http://lib.vvsu.ru/>
3. Економічна енциклопедія. Відповід. редактор С.В.Мочерний – К.: ВЦ „Академія”, Т.3. 2002. – 952 с.
4. Иванова Т.Ю. Теория организаций / Т.Ю. Иванова, В.И. Приходько – СПб.: Питер, 2004. – 269 с.
5. Раєвська О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізм, моделі / О.В.Раєвська. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. - 496 с.

Воловик А. С.

здобувач вищої освіти ОКР «Бакалавр» спеціальності «Облік і оподаткування»

*Науковий керівник – Тютюнник С. В., к.е.н., доцент, професор кафедри організації обліку та аудиту
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ЗМІНИ ЩОДО ПОРЯДКУ ВЕДЕННЯ КАСОВИХ ОПЕРАЦІЙ

Коли підприємство починає свою діяльність і отримує перші прибутки то починає досить активно функціонувати каса. У деяких випадках до каси надходять такі суми грошей, які не можуть там зберігатися з приводу безпеки, не функціональності та обмеженості місця для готівки. Порядок ведення касових операцій регламентує Положення «Про ведення касових операцій у національній валюті в Україні», затверджене Постановою Правління Національного банку України № 148 від 29.12.2017 р. [1].

Постановою Правління НБУ № 37 від 12.02.2019 р. до Положення №148 внесено зміни. Зокрема, НБУ унормував процес оприбуткування коштів шляхом застосування реєстратора розрахункових операцій. Тепер відокремлені підрозділи установ/підприємств які проводять готівкові розрахунки із застосуванням РРО і не ведуть касову книгу можуть оприбутковувати кошти в касу зберігаючи щоденні фіскальні звітні чеки (щоденні Z-звіти) в електронній формі протягом трьох років і занесення інформації згідно з фіскальними звітними чеками до відповідних книг обліку.

Збільшено кількість подій при яких готівкові розрахунки між суб'єктами господарювання та фізичними особами у розмірі 50 тисяч не будуть обмежуватися. А саме при виплатах, пов'язаних з оплатою праці та використанні готівкових коштів з фонду оперативно-розшукових (негласних слідчих) дій.

Змінено порядок встановлення ліміту каси для небанківських фінансових установ, які отримали дозвіл на переказ коштів без відкриття рахунків у національній валюті та здійснюють окрім операцій з приймання готівки для подальшого її переказу, видачу переказів готівкою. Небанківським фінансовим установам радять встановлювати ліміт каси в сумі, необхідній для забезпечення своєчасного та в повному обсязі виконання зобов'язань з виплати сум переказів за першою вимогою отримувача.

Уточнено поняття відокремлених підрозділів суб'єктів господарювання та визначено, що це філії, представництва, відділення, що наділяються частиною майна господарських організацій, здійснюючи щодо цього майна право оперативного використання чи інше речове право, передбачене законодавством України, та інші структурні підрозділи (стаціонарні або пересувні), де реалізуються товари, надаються послуги та здійснюються розрахункові операції [2].

Таким чином, Національний банк України продовжує удосконалювати систему встановлення ліміту каси. Для небанківських фінансових установ відкриваються більш широкі можливості користування готівкою. Зникли обмеження при виплатах, пов'язаних з оплатою праці та використанні готівкових коштів з фонду оперативно-розшукових дій. А також стали більш конкретизовані різні поняття які стосуються ведення ліміту каси.

Список використаних джерел

1. Положення «Про ведення касових операцій у національній валюті в Україні» № 148 від 29 груд. 2017 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17>.

2. Нацбанк змінив положення про касові операції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/state/cash-handling/53520>.

Воловик А.С.

*здобувач вищої освіти ОКР «Бакалавр»
спеціальності «Облік та оподаткування»*

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

Науковий керівник – Єгорова О.В., к. е. н., доцент

РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В СПОЖИВЧОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

В сучасному світі економіка і нові технології досить інтенсивно набирають оберти в своєму розвитку. Одним із найбільших економічних ноу-хау сучасності є безготівковий розрахунок.

Як свідчить Національний банк України безготівкові розрахунки – перерахування певної суми коштів з рахунків платників на рахунки отримувачів коштів, а також перерахування банками за дорученням підприємств і фізичних осіб коштів, унесених ними готівкою в касу банку, на рахунки отримувачів коштів. Ці розрахунки проводяться банком на підставі розрахункових документів на паперових носіях чи в електронному вигляді. [3]

За даними Національного банку, на початок 2018 року частка безготівкових розрахунків у загальному обсязі досягла майже 40%. [2]

Для юридичних осіб в Україні безготівкові розрахунки вже незабаром можуть стати безальтернативною системою. До 1 липня 2020 р. всі компанії, що продають товари, роботи та послуги, повинні встановити платіжні термінали і перейти на безготівкові розрахунки при платежах понад 50 тис. грн. Перехід на безготівковий розрахунок не означатиме, що споживачі не зможуть розплатитися готівкою. Йдеться про те, що магазини та інші підприємства будуть зобов'язані надати своїм клієнтам можливість провести безготівковий розрахунок. Нова постанова торкнеться також інтернет-магазинів, на своїх сайтах вони повинні будуть додати можливість безготівкової оплати. [1]

До основних переваг безготівкових розрахунків для фізичних осіб відносять:

- можливість придбати дорогі товари без необхідності носити із собою значну суму грошей і переживати за їх цілісність;
- комфортність розрахунків не виходячи з дому, при оплаті комунальних послуг відсутня необхідності стояти в чергах та економія часу;
- можливість отримати додаткові бонуси у вигляді відсотка від оплаченого товару;
- вигідні пропозиції від обслуговуючого банку на покупку тих чи інших товарів зі знижкою і без комісії;
- можливість дистанційно оплатити товари або послуги, навіть за кордоном.

Для економіки країни перехід від готівкової оплати за товари і послуги до розрахунку банківськими платіжними картками або за допомогою мобільних додатків робить більш прозорими фінансові операції і не дає ухилятися від сплати податків. Використання пластикових карток значно скоротить частку «тіні», так як електронні перекази завжди можна відстежити. [3]

В чому ж мінуси такої системи. Наприклад, зараз активно починає розвиватися безготівкова оплата телефонними додатками. Існують безліч спеціальних програм в яких користувач заводять свою картку або відкриває рахунок. При покупці чи оплаті товарів або послуг потрібно лише прикласти телефон до терміналу і все, операція здійснена. Зручно, але не тоді коли сім акумулятор на телефоні, або ви знаходитися в місці де немає терміналу.

В Україні близько 27 тис. сіл. І далеко не всі з них забезпечені терміналами для безготівкового розрахунку. Наразі в містах мешкають 29,3 млн українців, тоді як в селах їх 13,0 млн. Тобто кожний третій українець не зможе скористатися безготівковими послугами.

Ще однією групою ризику при використанні безготівкових розрахунків є люди похилого віку яким держава пропонує отримувати пенсію через банківські картки. Нажаль, значна частина людей пенсійного віку поки що не досить обізнана щодо нових технологій, побоюються їх, а тому не зможе скористатися ними. В такій ситуації потрібно було провести навчання літніх людей щодо таких нововведень.

Отже, безготівкові розрахунки це дуже перспективний шлях для українців. Такий спосіб оплати дуже практичний і економічний в плані використання часу і сил. Без сумніву це великий крок вперед до покращення здійснення банківських операцій. Проте доцільно було б державі, банкам та іншим фінансовим установам попіклуватися про обізнаність своїх громадян в плані користування такими благами.

Список використаних джерел

1. Безготівковий розрахунок для всіх: зобов'язання для бізнесу і нові можливості для українців [Електронний ресурс]. // *Fi.Новини* – Режим

доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/439183/bezgotivkovyj-rozrahunok-dlya-vsih-zobovyazannya-dlya-biznesu-i-novi-mozhlyvosti-dlya-ukrayintsiv>

2. Веленчук А. І. Проблеми розвитку безготівкових розрахунків в Україні / А. І. Веленчук. [Електронний ресурс] // Наукові конференції. – Режим доступу: <http://intkonf.org/velenchuk-ai-problemi-rozvitku-bezgotivkovih-rozrahunkiv-v-ukrayini/>.

3. Інструкція про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті // Постанова Правління Національного банку України від 21.01.2004 р. № 22. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123160

Вороніна А.В.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровського державного технічного університету*

м. Кам'янське, Україна

Нестеренко С.В.

*студент другого (магістерського) рівня вищої освіти
Дніпровського державного технічного університету*

м. Кам'янське, Україна

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Система організаційного забезпечення системи менеджменту являє собою взаємопов'язану структурних служб і підрозділів підприємства, які забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень щодо окремих напрямків його діяльності і несуть відповідальність за результати цих рішень.

Характеристика управлінських рішень, умови прийняття, оцінювання факторів, які впливають на процес прийняття рішень, наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

Управлінські рішення на підприємстві
ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат»

Характеристика управлінських рішень	Заходи, які відображають характеристику управлінських рішень і організації
1	2
Види управлінських рішень	
<i>1. За сферою охоплення:</i>	
- загальні рішення	рішення директора про преміювання усіх працівників підприємства
- часткові рішення	заступник директора затверджує план проведення підвищення кваліфікації працівників бухгалтерії
<i>2. За тривалістю дії:</i>	

- поточні рішення	головний бухгалтер дає вказівку щодо здійснення планової перевірки ведення обліку і документації підприємства
- оперативні рішення	заступник директора з загальних питань видає розпорядження про розміщення матеріалів, комплектуючих деталей та запасних частин на складах підприємства
<i>3. За рівнем прийняття:</i>	
- рішення на вищому рівні управління	директор приймає рішення про розширення видів діяльності на підприємстві ПАТ «ДМК» шляхом підписання відповідного наказу
- рішення на середньому рівні управління	заступник директора з загальних питань видає розпорядження начальнику відділу матеріально-технічного постачання про зміни в договорах поставки
- рішення на нижчому рівні управління	начальник відділу кадрів надає вказівки працівникам відділу щодо оголошення набору на посаду бухгалтера
<i>4. За характером вирішуваних організацією завдань:</i>	
- організаційні запрограмовані рішення	головний бухгалтер видає розпорядження підлеглим бухгалтерам щодо узагальнення усієї облікової інформації для формування квартальної бухгалтерської звітності
- організаційні незапрограмовані рішення	директор приймає рішення про реорганізацію підприємства шляхом формування нового підрозділу та видає відповідний наказ
- компромісні рішення	директор підприємства видає наказ про скорочення не 15 робітників, а лише 10
<i>5. За способом обґрунтування:</i>	
- інтуїтивні рішення	директор приймає рішення шляхом видання відповідного наказу про прийняття на роботу Петрова А.А. на посаду бухгалтера, при цьому вирішальний вибір відбувся з двох претендентів, які є одного віку, мають однаковий стаж роботи на такій посаді, кваліфікацію та досвід
- рішення, які базуються на судженнях	заступник директора з загальних питань видає розпорядження про закупівлю додаткового обсягу палива, базуючись на інформації про підвищення цін на даний товар найближчим часом
- раціональні рішення	директор підприємства приймає рішення про залучення додаткового обсягу інвестицій, базуючись на розроблених поточних фінансових планах та бюджеті

6. За способом прийняття:	
- одноособові рішення	бухгалтер вирішив залишитися після роботи для проведення нарахування заробітної плати працівникам
- колегіальні рішення	рішення господарського відділу про створення нового проекту обслуговування
- колективні рішення	на загальних зборах колектив підприємства приймає рішення про проведення святкових заходів з нагоди річниці діяльності підприємства ПАТ «ДМК»
7. За характером:	
- технологічні рішення	заступник директора з загальних питань приймає рішення про ремонт обладнання на підприємстві шляхом підсилення відповідного наказу
- соціально-психологічні рішення	рішення директора про преміювання усіх працівників підприємства
- адміністративні рішення	директор підприємства підписує наказ про призначення на посаду бухгалтера Петрова А.А.
Умови прийняття управлінських рішень	
1. Право прийняття	директор має право прийняття будь-яких, а начальники певних відділів можуть приймати лише часткові рішення
2. Повноваження	начальники відділів не можуть приймати рішення, які входять у повноваження заступника директора з загальних питань чи головного бухгалтера
3. Обов'язковість	рішення про ремонт обладнання викликане його експлуатаційною непридатністю та несправністю
4. Компетентність	юрисконсульт повинен бути компетентним щодо господарської діяльності підприємства побутового обслуговування відповідно до вимог чинного законодавства
5. Відповідальність	при прийнятті помилкових чи невдалих рішень менеджерами, які приймали дані рішення в межах наданих їм повноважень, відносно них можуть застосовуватись різноманітні санкції (адміністративні та матеріальні)
Фактори, які впливають на процес прийняття управлінських рішень	
1. Особисті якості менеджера	заступник директора з загальних питань дуже компетентний: закінчив два вузи, стажувався за кордоном, приймає рішення про підвищення продуктивності праці
2. Поведінка менеджера	пасивність директора підприємства при прийнятті та обговоренні конкретного рішення може

	призвести до аналогічного ставлення підлеглих при його виконанні
3. Інформаційні обмеження	головний бухгалтер аналізує чи окуплять себе витрати на закупівлю нової літератури про ведення бухгалтерського обліку на підприємстві
4. Взаємозалежність рішень	рішення про ремонт обладнання вимагає прийняття рішень щодо фінансування цього проекту
5. Очікування можливих негативних наслідків	при прийнятті будь-якого управлінського рішення керівники керуючої системи повинні враховувати недоліки і негативні наслідки та формувати умови для їх запобігання
6. Можливість застосування сучасних технічних засобів	шляхом використання сучасного програмного забезпечення та сучасних засобів зв'язку управлінські рішення стають більш раціональними та мобільними
7. Наявність ефективних комунікацій	ефективні комунікації дають можливість вчасної передачі інформації, її достовірності і повноти, що дозволяє прийняття якісних управлінських рішень
8. Відповідність організаційної структури управління цілям і місії організації	якщо організаційна структура управління не відповідає місії та цілям організації і не ведуться роботи щодо її реорганізації у необхідному напрямку, то процес прийняття управлінських рішень може перетворитись у неузгоджений та неефективний
Підходи до оптимізації управлінських рішень	
1. Науковий метод	планується ремонт обладнання підприємства. Збираємо інформацію. Ремонт здійснюємо частково. Якщо гіпотеза підтвердилась, то приймається рішення
2. Використання моделей	дозволяє приймати рішення, при обґрунтуванні яких враховуються всі фактори та альтернативи. Графік залежності величини доходів від обсягів наданих послуг

Побудова системи організаційного забезпечення системи менеджменту шляхом створення центру відповідальності різних типів залежить від багатьох факторів – обсягів діяльності підприємства, багатофункціональності цієї діяльності, чисельності персоналу, організаційної структури виробництва, організаційно-правової форми діяльності та інших. Тому визначення чисельності та складу центрів відповідальності потребує індивідуального дослідження для кожного підприємства. Сформовані центри відповідальності повинні бути укомплектовані кваліфікованими менеджерами, здатними не тільки забезпечувати виконання встановлених

завдань, але й розробляти пропозиції вищестоящим органам управління по підвищенню ефективності формування та використання фінансових ресурсів в межах контрольованої ними діяльності підрозділів.

Список використаних джерел

1. Фінансова звітність підприємства ПАТ «ДМК». – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/22601/165/templ>

2. Аналітичний звіт компанії «Арт Капітал». – Режим доступу: <http://artcapital.ua/siach/node/металлургия>

Вороніна В. Л.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава, Україна*

Мілька А. І.

*к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава, Україна*

ЕТАПИ ЗАСТОСУВАННЯ МАТРИЧНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні виникає необхідність науково обґрунтованого підходу до вдосконалення механізму управління підприємств, та методів діагностики ефективності цього управління, враховуючи їх внутрішні особливості і динамічність зовнішнього середовища [1].

У межах розробки моделі адаптивного управління соціально-економічною ефективністю діяльності підприємств, на нашу думку, доцільно застосовувати матричний метод із розрахунком узагальнюючого показника ефективності.

Діагностику ефективності управління фінансовими результатами підприємства на основі матричного методу пропонують у своїх працях Л. В. Фролова, Л. В. Семерунь, М. І. Арич, Л. М. Ачкасова, Ю. С. Цал-Цалко та багато інших дослідників, які використовують при цьому різні комплекси вхідних показників [2].

Але, незважаючи на різноманіття наукових досліджень в цій сфері, сучасні інноваційні методи управління на підприємстві майже не використовуються. Тому питання запровадження інноваційних методів діагностики управління підприємств та організацій є досить нагальною проблемою.

За допомогою матричного методу можливо не тільки загалом охарактеризувати стан підприємства і динаміку його розвитку, а й визначати зміни результатів роботи та виявляти резерви підвищення ефективності діяльності.

Дослідження показали, що матричне співвідношення результатів з витратами забезпечує об'єктивну характеристику ефективності використання наявних ресурсів, при цьому основним стратегічним результатом є розмір отриманого прибутку.

Таблиця 1

Матрична модель для проведення оцінки ефективності управління

		Результати		Витрати			Ресурси		
		1. Чистий прибуток	2. Дохід від реалізації	3. Витрати обігу	4. Витрати на заробітну плату	5. Витрати на розвиток персоналу	6. Оборотні активи	7. Середньорічна вартість капіталу	8. Середньорічна кількість персоналу
Результати	1. Чистий прибуток (П)	П/П 1,000	Д/П Закріплення доходу від реалізації прибутку	ВО/П Закріплення витрат обігу за прибутком	ВЗП/П Закріплення витрат на оплату праці за прибутком	ВРП/П Закріплення витрат на розвиток персоналу за прибутком	ОА/П Закріплення оборотних активів за прибутком	К/П Закріплення капіталу за прибутком	Ч/П Закріплення робочої сили за прибутком
	2. Дохід від реалізації (Д)	П/Д Рентабельність доходів	Д/Д 1,000	ВО/ДХр Закріплення витрат обігу за доходом від реалізації	ВЗП/Д Закріплення витрат на оплату праці за доходом	ВРП/Д Закріплення витрат на розвиток персоналу за доходом	ОА/Д Закріплення оборотних активів за доходом від реалізації	К/Д Закріплення капіталу за доходом від реалізації	Ч/Д Закріплення робочої сили за доходом від реалізації
Витрати	3. Витрати обігу (ВО)	П/ВО Рентабельність витрат обігу	Д/ВО Доходність здійснених витрат	ВО/ВО 1,000	ВЗП/ВО Частка витрат на оплату праці у витратах обігу	ВРП/ВО Частка витрат на розвиток персоналу у витратах обігу	ОА/ВО Закріплення оборотних активів за витратами	К/ВО Закріплення капіталу за витратами обігу	Ч/ВО Закріплення робочої сили за витратами обігу
	4. Витрати на заробітну плату	П/ВЗП Рентабельність витрат на оплату праці	Д/ВЗП Доходність витрат на оплату праці	ВО/ВЗП Закріплення витрат обігу за витратами на оплату праці	ВЗП/ВЗП 1,000	ВРП/ВЗП Співвідношення витрат на розвиток персоналу та витрат на оплату праці	ОА/ВЗП Закріплення оборотних активів за витратами на оплату праці	К/ВЗП Закріплення капіталу за витратами на оплату праці	Ч/ВЗП Закріплення робочої сили за витратами на оплату праці
	5. Витрати на розвиток персоналу	П/ВРП Рентабельність витрат на розвиток персоналу	Д/ВРП Доходність витрат на розвиток персоналу	ВО/ВРП Закріплення витрат обігу за витратами на розвиток персоналу	ВЗП/ВРП Відношення витрат на оплату праці та витрат на розвиток персоналу	ВРП/ВРП 1,000	ОА/ВРП Закріплення оборотних активів за витратами на розвиток персоналу	К/ВРП Закріплення капіталу за витратами на розвиток персоналу	Ч/ВРП Закріплення робочої сили за витратами на розвиток персоналу
Ресурси	6. Оборотні активи (ОА)	П/ОА Рентабельність оборотних активів	Д/ОА Доходність оборотних активів	ВО/ОА Закріплення витрат обігу за оборотними активами	ВЗП/ОА Закріплення витрат на оплату праці за оборотними активами	ВРП/ОА Закріплення витрат на розвиток персоналу за оборотними активами	ОА/ОА 1,000	К/ОА Закріплення капіталу за оборотними активами	Ч/ОА Закріплення робочої сили за оборотними активами
	7. Середньорічна вартість капіталу (К)	П/К Рентабельність капіталу	Д/К Доходність капіталу	ВО/К Закріплення витрат обігу за капіталом	ВЗП/К Закріплення витрат на оплату праці за капіталом	ВРП/К Закріплення витрат на розвиток персоналу за капіталом	ОА/К Частка капіталу, спрямована на формування оборотних активів	К/К 1,000	Ч/К Закріплення робочої сили за капіталом
	8. Середньорічна чисельність (Ч)	П/Ч Рентабельність робочої сили	Д/Ч Продуктивність праці	ВО/Ч Витрати обігу на 1 працівника	ВЗП/Ч Середня заробітна плата 1 працівника	ВРП/Ч Витрати розвитку на 1 працівника	ОА/Ч Оборотні активи на 1 працівника	К/Ч Капітал на 1 працівника	Ч/Ч 1,000

Під час складання переліку індикаторів ефективності важливо, щоб вони відображали всі аспекти досліджуваного процесу, адже оцінка ефективності управління підприємства повинна відображати взаємозв'язок наявних ресурсів

підприємства, його витрат і отриманих результатів, що відбувається за схемою (1):

$$\text{Ресурси} \rightarrow \text{Витрати} \rightarrow \text{Результати} \quad (1)$$

На наступному етапі дослідження необхідно сформувати матрицю 8x8, елементами якої мають бути відносні показники, отримані шляхом поділу вихідних показників нормативної моделі.

Показники при побудові матриці розміщуємо за зворотною схемою (2).

$$\text{Результати} \rightarrow \text{Витрати} \rightarrow \text{Ресурси} \quad (2)$$

Про високу ефективність управління та інтенсивний розвиток підприємства буде свідчити тенденція, коли темпи зростання результатів діяльності підприємства будуть перевищувати темпи зростання рівня витрат і ресурсного забезпечення. Вихідні дані в матричній моделі мають двояке трактування: з одного боку, вони є результатом діяльності (розташовані над графами матриці), з іншого – факторами, що впливають на ці результати (розташовані зліва від граф матриці).

Усі елементи матриці, що знаходяться в місцях перетину відповідних рядків і стовпців, є якісними показниками діяльності підприємства. Їх отримують шляхом послідовного ділення кожного показника, розташованого у верхній частині матриці, на показники крайнього лівого стовпця. Елементи матриці, які знаходяться на перетині рядків і стовпців, – це окремі показники, які мають своє значення та зміст. Багато з них, зокрема, таких як рентабельність, прибуток від продажів, продуктивність, коефіцієнт оборотності, широко відомі і використовуються в економічному аналізі. Інші елементи матриці, що відображають взаємозв'язки та пропорції між вихідними показниками, залишаються без належної уваги (табл. 1). Після формування матриці проводиться її агрегування. При цьому використовують метод прямо пропорційної залежності, в якому прямі показники ефективності повинні зростати за умови її підвищення, а зворотні – знижуватися. У ході поділу сформованої матричної моделі на три частини, що відображають результати, ресурси та витрати, отримаємо шість зон під діагоналлю матриці, кожна з яких має свій економічний зміст [3].

Кожна зона характеризує окремий аспект ефективності управління підприємства. Інтегральний показник ефективності управління визначено за індексами зростання відносних показників, представлених під діагоналлю матриці. Якщо кінцевим фінансовим результатом діяльності підприємства є збиток, то для розрахунку інтегрального показника використовується формула, в якій показники рентабельності змінюються відповідним чином на показники збитковості. Урахувавши, що сума збитків має зменшуватись, формула модифікована таким чином: індекс зростання i -го показника рентабельності замінюється виразом $[1 + (1 - I_{збі})]$ [3].

Ефективність управління діяльністю з використанням вищенаведених рекомендацій було оцінено на прикладі підприємств торгівлі. Результати оцінки ефективності управління наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Матриця індексів росту показників оцінки ефективності управління підприємствами

Підприємство	Показники								
№ 1	П	П	Д	ВО	ВЗП	ВРП	ОА	К	Ч
	П	1							
	Д	0,60680	1						
	ВО	0,62204	1,02511	1					
	ВЗП	0,61026	1,00570	0,98107	1				
	ВРП	0,64947	1,07031	1,04410	1,06425	1			
	ОА	0,60565	0,99810	0,97366	0,99245	0,93253	1		
	К	0,59782	0,98520	0,96107	0,97962	0,92048	0,98708	1	
	Ч	0,65633	1,08162	1,05513	1,07550	1,01057	1,08368	1,09787	1
№ 2	П	П	Д	ВО	ВЗП	ВРП	ОА	К	Ч
	П	1							
	Д	1,00	1						
	ВО	1,25911	1,00604	1					
	ВЗП	1,00000	1,00000	1,000	1				
	ВРП	1,18276	0,94504	0,93936	0,92376	1			
	ОА	1,23180	0,98422	0,97831	0,96207	1,04146	1		
	К	1,31231	1,04855	1,04225	1,02494	1,10953	1,06535	1	
	Ч	1,47106	1,17539	1,16833	1,14893	1,24375	1,19423	1,12097	1
№ 3	П	П	Д	ВО	ВЗП	ВРП	ОА	К	Ч
	П	1							
	Д	0,86070	1						
	ВО	0,84213	0,97842	1					
	ВЗП	1,22951	1,42850	1,46000	1				
	ВРП	1,15102	1,33731	1,36680	0,93616	1			
	ОА	1,44000	1,67306	1,70995	1,17120	1,25106	1		
	К	0,60889	0,70744	0,72304	0,49523	0,52900	0,42284	1	
	Ч	0,70000	0,81329	0,83123	0,56933	0,60816	0,48611	1,14962	1

Наступним етапом дослідження є розрахунок інтегрального показника ефективності (I_n), який визначається як середнє геометричне часткових показників (3):

$$I_n = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n I_i}, \quad (3)$$

де I_i – часткові показники,

n – кількість показників.

Результати інтегральної оцінки ефективності управління досліджуваними підприємствами представлені у табл. 3.

Таблиця 3

Інтегральні показники оцінки ефективності управління підприємствами

Підприємство	№ 1	№ 2	№ 3
Інтегральний показник	0,952	1,088	0,858
Висновок за результатами оцінки	Екстенсивні зміни діяльності підприємства, що зумовлені низькою ефективністю управління	Інтенсивні зміни діяльності підприємства, що зумовлені зростанням ефективності управління	Екстенсивні зміни діяльності підприємства, що зумовлені низькою ефективністю управління

Здійснюючи комплексний аналіз за частковими показниками, пропонуємо виокремити такі стани: еталонний стан – динаміка показників відповідає нормативній моделі; стан рівноваги – існують певні відхилення, зокрема по витратах обігу; стан назрівання кризи ефективності – погіршення основних

показників діяльності, значне відхилення від норми; стан «перспективної рівноваги» – зменшення рівня збитковості, зростання окремих показників дохідності; кризовий стан – зростання показників збитковості, зниження показників дохідності.

Вважаємо, що використання розглянутого підходу дозволить комплексно оцінити ефективність управління підприємствами, визначати вузькі місця та діагностувати основні проблеми, які призводять до її зниження.

Список використаних джерел

1. Вороніна В. Л. Торгові мережі України: особливості функціонування, управління та розвитку / В. Л. Вороніна. – Журнал «Економічний форум» – Луцьк: Луцький НТУ. – 2018. – Вип. 4/2018. – 338 с. – С. 56-63.
2. Мілька А. І. Стратегічний підхід до підвищення ефективності соціально-економічної діяльності споживчої кооперації / А. І. Мілька // Технологічний аудит та резерви виробництва. Сер. : Економічні науки. – 2015. – № 5/5 (25) – С. 43–48.
3. Фролова Л. В. Матрична модель діагностики ефективності управління фінансовими результатами / Л. В. Фролова, Л. В. Семерунь // Вісник ДонНУЕТ. – 2010. – № 3 (47). – С. 187–195.

Воронько-Невіднича Т. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Коваль В. А.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр» спеціальність «Менеджмент»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Особливості маркетингу в аграрному комплексі тісно по'язані зі специфікою сільськогосподарського виробництва, яка характеризується різноманітністю асортименту продукції та учасників ринку, а також різноманітним організаційним форм господарювання. Специфіка агромаркетингу обумовлена:

1) залежністю економічних результатів від природних умов. Виробництво сільськогосподарських продуктів взаємопов'язано і визначається основним засобом і предметом виробництва – землею, тобто її якістю та інтенсивністю експлуатації. Розумне застосування хімічних засобів боротьби з шкідниками, заміна їх біологічними методами, використання екологозберігаючих технологій створюють можливості виробляти екологічно чисту продукцію. У той же час, нераціональна обробка ґрунту відбивається на рівні продуктивності рослин і якості продукції. Існує тісний зв'язок використання землі з розвитком галузей тваринництва. Дана умова визначає обсяг, асортимент і якість продукції;

2) особливістю структури аграрного ринку з наявністю безлічі однорідної, замінної по попиту і пропозиції продукції; ринкова ціна є результатом взаємодії сукупних попиту та пропозиції; позиція товаровиробника визначається рівнем собівартості продукції по відношенню до ринкової ціни;

3) роллю і значенням товару. Більша частина сільськогосподарської сировини та продуктів його переробки є товарами першої необхідності. Отже, маркетологи повинні своєчасно і в необхідному обсязі та асортименті, а так само з урахуванням віку, статі, національних традицій, стану здоров'я споживачів задовольнити їх потреби, інтереси. Товар, як правило, швидкопсувний, тому з одного боку, товаровиробник прагне в максимально стислі терміни реалізувати продукцію, з іншого – вимагає створення розгалуженої, багатоканальної системи руху товарів, резервних сховищ і холодильних потужностей, доцільної і безпечної упаковки, сервісного естетичного забезпечення;

4) розбіжністю робочого періоду та періоду виробництва. Сільськогосподарську продукцію отримують 1-2 рази на рік, а робочий період триває цілий рік. У зв'язку з цим фахівці з маркетингу повинні дуже добре знати діалектику попиту споживачів, вміти прогнозувати тенденцію його задоволення, ринкову кон'юнктуру тощо;

5) різноманіттям форм власності в АПК на землю, засоби виробництва, товар, що реалізовується. Це зумовлює багатоаспектну конкуренцію, яка управляється тільки попитом споживачів і його задоволенням. Звідси різноманітність стратегій, форм, методів, прийомів агромаркетингу;

6) різноманіттям організаційних форм власності. З урахуванням форм власності утворюються системи агромаркетингу, різні з точки зору організації, функціонування, самоврядування, а головне – сприйнятливості і адаптивності до потреб, запитів та інтересів споживачів. Звідси, і різні форми маркетингу, починаючи з цільової програми маркетингової діяльності та закінчуючи результативністю агробізнесу [2, с. 18];

7) більш високою чутливістю, сприйнятливістю, адаптивністю, самоврядуванням системи маркетингу в порівнянні з системами інших видів маркетингу. Це обумовлено наступними чинниками:

- існує гостра конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції внаслідок ідентичності товарів. Тому виграють підприємства, що мають конкурентоспроможну систему не лише у своєму сегменті, але і за кордоном;

- виробництво багатьох видів продукції залежить від погодних умов, отже, потрібна самоорганізація системи агромаркетингу, від рівня і швидкості адаптивності якої залежить результативність агробізнесу;

- система агромаркетингу повинна швидше адаптуватися до державних і інших директивних рішень внаслідок різноманіття конкурентних організаційно-правових форм [1, с. 101-102].

Отже, основними проблемами, що стримують розвиток аграрного маркетингу в Україні, є нерозвинена ринкова інфраструктура, недостатність кваліфікованих кадрів, що володіють досвідом маркетингової роботи, відсутність повної інформації про стан внутрішнього й зовнішніх ринків сільськогосподарської продукції, відсутність матеріально-технічних і фінансових ресурсів для створення й функціонування служби маркетингу в підприємстві.

Список використаних джерел

1. Желяпова Г. А. Сучасні тенденції розвитку маркетингу в агропромисловому комплексі / Г. А. Желяпова, М. В. Кірносорова // Молодий вчений. – 2014. – № 5 (08). – С. 100-104.
2. Єранкін О. О. Особливості проведення маркетингових досліджень суб'єктами агробізнесу України в сучасних умовах / О. О. Єранкін // Економіка АПК. – 2008. – № 2. – С. 16-21.

Воронько-Невіднича Т. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Сугак Р. В.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр» спеціальність «Менеджмент»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ДЖЕРЕЛА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

За сучасних умов глобалізації є невирішеною проблема пошуку нових форм і методів пристосування національної економіки та політико-правового середовища до вимог нинішніх міжнародних економічних відносин.

Як зауважує О. В. Митяй, підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України є надзвичайно важливим напрямом економічної стратегії держави. Тенденції зміцнення світових економічних центрів відкривають для нашої держави нові перспективи та можливості підвищення конкурентоспроможності цього сектору економіки, але водночас містять ризики і виклики щодо пошуку Україною відповідного місця у світовому та регіональному поділах праці [3, с. 61].

Саме тому, умови господарювання вимагають від менеджерів орієнтуватися на стратегічне мислення, яке передбачає вивчення потреб споживачів, нових можливостей і загроз, конкурентних позицій. Стратегічне мислення базується на усвідомленні керівниками та персоналом власної відповідальності за довгострокове існування та розвиток підприємства, необхідності відповідного управління цим процесом і забезпечення орієнтації всіх видів діяльності на створення та підвищення конкурентоспроможності, фінансового успіху впродовж тривалого періоду. І саме в основі стратегічного мислення лежить концепція стратегічного управління. Ефективні стратегії конкуренції базуються на стійкій конкурентній перевазі. Підприємство має

конкурентну перевагу, коли воно має можливості вищі за конкурентів у залученні покупців і боротьбі проти конкурентних сил.

Як зазначає Л. В. Балабанова, існують численні джерела конкурентної переваги:

- володіння найкращим продуктом на ринку;
- розвиток високоякісного обслуговування покупців;
- досягнення низьких витрат у порівнянні з конкурентами;
- наявність більш зручного географічного розміщення;
- запатентована технологія;
- особливості продукції і стиль роботи, найбільш привабливі для покупця;
- більш короткі терміни розробки й виробництва нової продукції;
- добре відома марка і репутація;
- забезпечення покупців кращими споживчими властивостями за ті ж гроші (поєднання гарної якості, сервісу і прийнятної ціни) [1, с. 93].

Загальновідомо, що процес формування конкурентної стратегії підприємства включає декілька етапів:

- 1) аналіз конкурентного середовища в галузі;
- 2) оцінка стану підприємств-конкурентів;
- 3) аналіз конкурентоспроможності самого підприємства;
- 4) висновки про рівень і якість конкурентної позиції підприємства;
- 5) визначення конкурентної переваги та вибір виду конкурентної стратегії підприємства.

Успіх будь-якої стратегії залежить від того, наскільки довго підприємство має можливість їй слідувати. Будь-яка конкурентна стратегія – це потенційна загроза для інших [2, с. 107].

Отже, кожній галузі властивий свій підхід до створення і утримання конкурентної переваги. Звичайно, підприємство робить вибір між декількома стратегіями, але може вибрати і більше однієї стратегії. Як правило, якщо підприємство обирає занадто багато напрямків, то воно не досягає успіху ні в одному з них.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : [підручник] / Л. В. Балабанова. – Донецьк : ДонДТУЕТ, 2002. – 562 с.
2. Костусєв О. О. Методологічні засади формування ефективного конкурентного середовища в економіці України : [автореф.] / О. О. Костусєв // Одеський держ. економ. ун-т. – Одеса, 2004. – 28 с.
3. Митяй О. В. Джерела формування конкурентних переваг АПК України / О. В. Митяй // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2014. – Вип. 3 (25). – С. 60-64.

Гаврилишин Ю.В.

студентка Інституту адміністрування та післядипломної освіти

Пушак Г.І.

к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

СТАЛИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Сучасні умови господарювання в Україні, посилення євроінтеграційних процесів потребують реорганізації політичної, економічної та соціальної сфер як на національному, так і на регіональному рівні, що визначає потребу в модернізації підходів до розуміння поняття сталого розвитку.

Регіональний розвиток за своєю суттю – це економічна концепція, яка враховує взаємний вплив економічної діяльності та інтеграції ринків на територіально-географічні об'єкти. Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що розвиток теорії і методології регіональних досліджень лежить у площині поглиблення предмету досліджень, шляхом переосмислення нових процесів і явищ, що, своєю чергою, потребує ґрунтовного вивчення закономірностей, принципів, факторів, інструментів тощо регіонального розвитку [1].

Сталий розвиток – це неперервний процес задоволення потреб теперішнього і майбутніх поколінь. Він включає дві групи понять: по-перше, необхідні для збереження і розвитку потреби та можливості, по-друге, потреби, що накладаються на можливість задовольняти обмеження, зумовлені станом технологій і організацією суспільства [2].

Концепція «сталого розвитку» визначає взаємозв'язок і баланс економічних, соціальних, екологічних, інституційних та інноваційно-технологічних компонентів з метою максимізації добробуту людини без ускладнення можливостей для майбутніх поколінь задовольняти свої потреби, що визначається сучасними науковцями як сталий розвиток [3].

У найширшому сенсі стратегію сталого розвитку спрямовано на сприяння гармонії у суспільстві – між людиною і природою. У контексті сучасного розвитку потрібним є реформування політичної системи, що забезпечує ефективну участь громадян в ухваленні рішень, економічної системи, яка здатна генерувати інновації та нові технічні знання на самостійній і стійкій основі соціальної системи.

Для сучасного трактування сталого розвитку регіону важливими є:

- поживавлення економічного та промислового зростання;
- покращення якості економічного і соціального зростання;
- збалансоване задоволення основних потреб населення;
- забезпечення сталого рівня якості життя населення та його покращення;
- забезпечення збереження та зміцнення ресурсної бази;

- зміна в управлінні ризиками;
- врахування різного роду чинників в процесі ухвалення управлінських рішень.

Ключовими напрямками сталого розвитку регіонів згідно з Національною Парадигмою сталого розвитку України визначено:

- забезпечення єдиної цілісної моделі соціального, економічного та екологічного розвитку регіону;
- зростання добробуту населення регіону;
- забезпечення динамічного соціально-економічного зростання;
- збереження навколишнього середовища та раціональне використання й відтворення природно-сировинного потенціалу;
- задоволення потреб населення регіону на основі розбудови високоефективної економіки та системи управління господарським комплексом; стимулювання структурних перетворень економіки регіону [4].

Основними інструментами фінансування регіонального розвитку в Україні є державні та інвестиційні програми, програми спільного інвестування, субвенції з Державного бюджету, угоди щодо регіонального розвитку, Державний фонд регіонального розвитку (функціонує в Україні у складі загального фонду Державного бюджету) [5].

У світовій практиці під час оцінювання сталого розвитку територій використовуються такі індикатори: якість життя (економічні, екологічні, соціально-інституційні та ступеня гармонізації) та безпека життя. Сумарний ефект індикаторів становить індекс сталого розвитку.

Особливості перспективного планування сталого розвитку регіону визначається можливостями зниження невизначеності в майбутньому. Визначальними в напрацюванні орієнтирів сталого розвитку є принципи Європейської Стратегії інновацій та доброго врядування на місцевому рівні, Національної парадигми сталого розвитку. Серед ключових принципів та умов регіонального зростання і сталого розвитку регіону варто виокремити системність, наукове обґрунтування, економічність і результативність, прозорість та інформативність у формуванні регіональної політики забезпечення сталого розвитку.

Підсумовуючи слід зазначити, що процес розвитку економіки стикається з рядом проблем, які враховують галузеву і регіональну особливості функціонування економічних систем та мають тенденцію посилюватися в умовах глобалізації та інтернаціоналізації економічного простору. Такі обставини обумовлюють необхідність розробки і застосування інноваційних підходів до забезпечення сталого розвитку на різних рівнях управління (починаючи від підприємства і закінчуючи регіоном і суспільством в цілому) з урахуванням світового досвіду, узагальнення якого відкриває нові можливості вирішення найважливіших проблем суспільства.

Список використаних джерел

1. Джаман М. О. Теорія економіки регіонів : навч. посіб. / М.О. Джаман . – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 384 с.
2. Кузнецов О. Л. Устойчивое развитие: научные основы проектирования в системе природа – общество – человек / О. Л. Кузнецов. –СПб., 2008. – 240 с.
3. Трофимова В. В. Концепція сталого розвитку як основа постіндустріальних моделей розвитку / В. В. Трофимова // Інвестиції: практика та досвід, 2010. – №8. – С. 33- 37.
4. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. Б.Є. Патона. – К.: Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України", 2012. – 72 с.
5. Захарченко О. В. Оцінка та проблеми сталого розвитку у світі [Електронний ресурс] / Захарченко О. В. – URL : www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi.../cgiirbis_64.exe?.

Галич О. А.

к. е. н., доцент, професор кафедри інформаційних систем та технологій

Устименко Т. В.

здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Сучасний етап розвитку економіки України потребує системного підходу до управління персоналом підприємства. В цілому, управління персоналом – це система взаємозалежних, організаційно-економічних і соціальних заходів по створенню умов для нормального функціонування, розвитку й ефективного використання потенціалу робочої сили на рівні організації [1].

Невизначеність умов функціонування підприємств, підвищений динамізм маркетингового середовища, непередбаченість дій конкурентів вимагає використання стратегічного підходу до управління. При цьому, ключовим моментом забезпечення міцної позиції підприємства на ринку, є ефективність управління персоналом – стратегічним ресурсом підприємства.

Ефективність управління персоналом у значній мірі залежить від оптимальності побудови системи управління, механізму її функціонування, від оптимальності обраних методів управління персоналом.

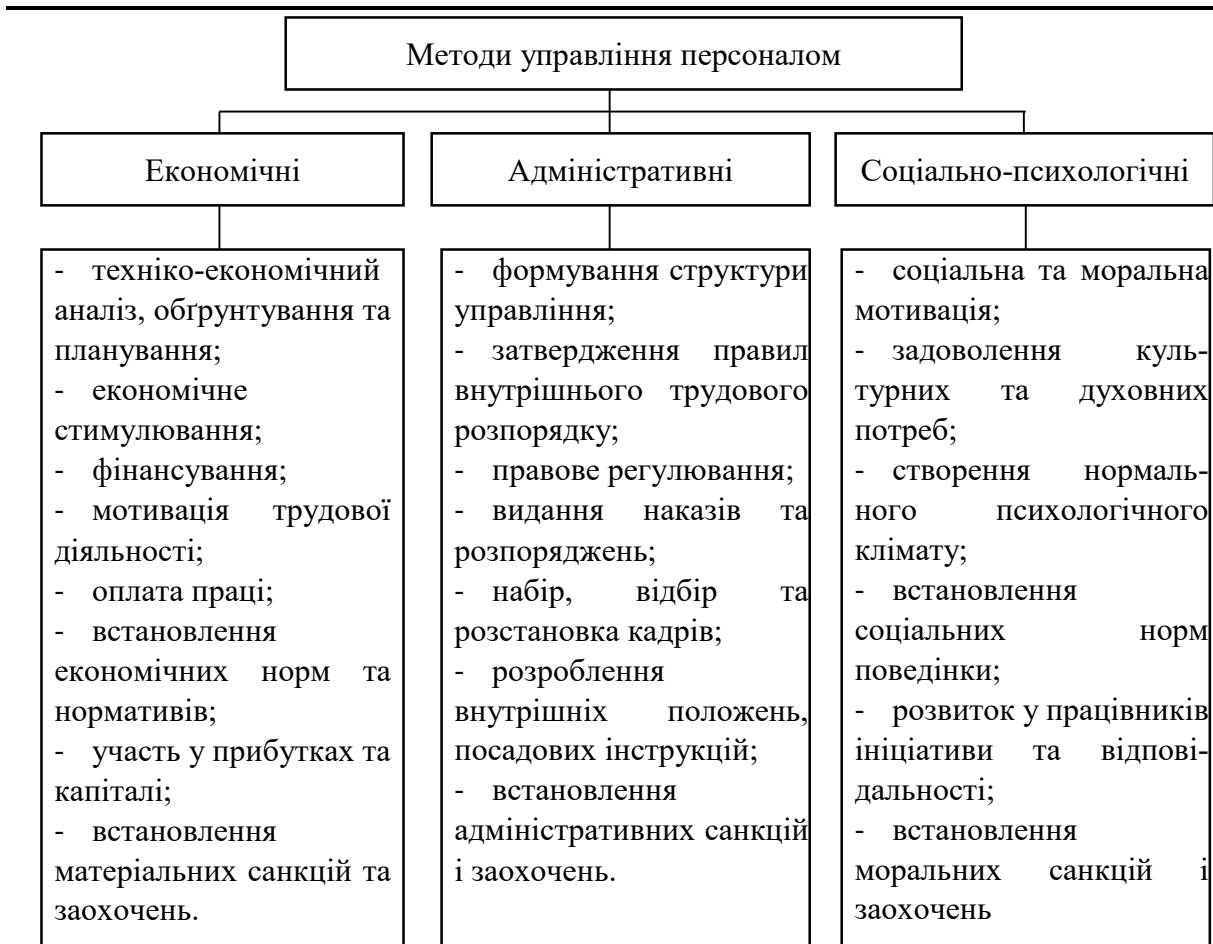


Рис. 1. Класифікація методів управління персоналом [1]

Методи управління персоналом – це способи впливу на колективи та окремих працівників з метою здійснення координації їхньої діяльності у процесі функціонування підприємства. Методи управління персоналом поділяються на три основні групи (див. рис.1): адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Лише оптимальне сполучення методів управління персоналом дозволяє підвищити результативність управління персоналом і, як наслідок, підвищити ефективність діяльності підприємства [1].

На якість стратегічної організації діяльності щодо управління персоналом впливає ступінь використання методів управління персоналом.

При дослідженні впливу системи методів на процес організації діяльності щодо управління персоналом аналізують адміністративні методи управління, економічні методи управління і соціально-психологічні методи управління персоналом.

Економічні методи управління – це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі персоналу у виробничих процесах (будь-якій іншій діяльності) через використання товарно-грошових відносин [2, с. 96].

Адміністративні методи управління – це методи прямого рішення, яке має обов’язкову силу виконання [3, с. 472]. Основними складовими під час

реалізації цих методів є організаційний вплив (організаційне регламентування, організаційне нормування, організаційне інструктування) та розпорядчий вплив.

У сучасній концепції управління трудовим потенціалом підприємств на перший план почали виходити соціально-психологічні методи. Під соціально-психологічними методами слід розуміти сукупність специфічних методів дії на особисті стосунки і зв'язки між працівниками, а також на соціальні процеси на підприємстві [4, с. 123].

Отже, проблема визначення основних методів управління трудовим потенціалом та найбільш успішного їх поєднання є вкрай важливою для будь-якого сучасного підприємства. Адміністративні методи відрізняються прямим характером впливу, тобто вони обов'язкові для виконання, не припускають свободи вибору працівників і передбачають санкції за невиконання розпоряджень. Економічним і соціально-психологічним методам притаманні непрямий характер впливу, відсутність чітко визначеного часу й чітко означеного впливу. Лише оптимальне сполучення методів управління трудовим потенціалом дає змогу підвищити результативність управління персоналом і, як наслідок, підвищити ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : моногр. / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко . – Донецьк : ДонНУЕТ ім.М.Туган-Барановського, 2010. – 229 с.
2. Жданов С. Механизмы экономического управления предприятием : [учебн. пос.] / С. Жданов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 305 с.
3. Економічна енциклопедія / за ред. Б. Гаврилишина. – К. : Академія, 2002. – Т. 3. – 951 с.
4. Харун О. А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств / О. А. Харун // Вісник Ужгородського національного університету, 2016. – Вип. 10. – С. 121-125.

*Гапчич Дмитро Миколайович,
к.е.н. доц. кафедри
управління та адміністрування,*

Полтавський інститут економіки і права

РЕГЛАМЕНТАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УКРАЇНІ

Вступ. Успішне функціонування банківської системи загалом залежить від фінансового стану кожного окремого банку зокрема та його здатності протидіяти негативним чинникам та динамічно розвиватися. Необхідно зазначити, що діяльність комерційних банків тісно пов'язана із загальним станом національної економіки, яка знаходиться в умовах коливань рівня пропозиції та попиту на банківські послуги, конкуренції, наявності різноманітних ризиків тощо. Тому

підтримання банком фінансової стійкості є вкрай складним завданням, вирішення якого можливе за умови узагальненої оцінки всебічного аналізу діяльності комерційного банку.

Результати дослідження. На жаль, у вітчизняній економічній літературі поки що немає єдиного підходу до визначення фінансової стійкості банку. Відсутність чіткого визначення цього поняття призводить до ототожнення його з іншими економічними категоріями. Термінологічна плутанина виникає внаслідок прагнення розв'язати проблему без її обґрунтування. Очевидно, без чіткого й ретельного аналізу критеріїв та складових фінансової стійкості неможливо дати інтегральну характеристику даного поняття.

Аналіз літературних джерел, присвячених банківській діяльності загалом, та питанням антикризового управління комерційними банками – зокрема, вказує на практику спільного використання економічних категорій “надійність”, “ліквідність”, “платоспроможність” та “кредитоспроможність”, а також визначення однієї категорії через іншу. Виходячи з визначень вказаних термінів, вони мають спільні ознаки, оскільки означають здатність банку виконувати свої зобов'язання. Відмінність полягає у тому, що платоспроможність передбачає виконання зобов'язань за рахунок власних коштів; ліквідність – виконання всіх зобов'язань незалежно від джерела їх покриття; кредитоспроможність зосереджує свою увагу лише на частині зобов'язань – кредитах. Однак, розгляд теоретичних аспектів та практичних засад забезпечення фінансової стійкості банків передбачає врахування цих категорій у комплексі.

Управління будь-якою динамічною системою (у даному випадку – комерційним банком) з точки зору сучасної теорії управління полягає у визначенні її поточного і бажаного станів та управлінських заходів, які повинні перевести систему з поточного стану в бажаний. За цих обставин під фінансовою стійкістю банку, в більш широкому змісті, слід розуміти стан усієї сукупності фінансових відносин комерційного банку, що забезпечує його безперервне функціонування та розвиток. У більш вузькому розумінні фінансова стійкість банку може розглядатися як такий стан фінансових ресурсів, що виражається у їх збалансованості, достатній ліквідності активів та наявності необхідних резервів.

На фінансову стійкість банків в Україні справляють вплив певні чинники. Під факторами фінансової стійкості комерційних банків слід розуміти певні рушійні сили, що сприяють безпеці банку та його стабільному розвитку, або, навпаки, виступають причинами їх проблемності.

Фактори фінансової стійкості розмежовують на зовнішні та внутрішні. Умовно і зовнішні і внутрішні фактори впливу на фінансову стабільність можна згрупувати за такими напрямками [3]:

- економічні; правові; соціальні; політичні; техніко-технологічні.

Виділені групи факторів відіграють системну роль при становленні та функціонуванні банківської системи, а відтак значною мірою визначають ступінь фінансової стійкості банків на грошовому ринку. Слід зазначити, що вони по-різному впливають на стан окремого банку, що пов'язано передусім з

менеджментом банку, ступенем врахування зовнішніх та внутрішніх груп факторів у процесах управління його діяльністю, а також з пріоритетами кредитної політики, стратегічними та тактичними цілями, критеріями та принципами діяльності банку.

Загалом серед чинників, що справляють негативний вплив на фінансову стійкість комерційних банків в Україні слід віднести: 1) тривалий цілеспрямований підрив їх ділової репутації; 2) надання клієнтами недостовірної інформації; 3) неповернення виданих кредитів, правова неврегульованість цієї проблеми у сфері банківської діяльності; 4) недосконала оцінка кредитних ризиків; 5) відсутність систематизованих даних про несумлінних позичальників; 6) витік конфіденційної інформації; 7) недосконалість структур, що забезпечують внутрішню та зовнішню безпеку банківських установ.

З огляду на необхідність порівняння функціонуючого банку та перспективи його розвитку, у вітчизняній практиці виокремлюють критерії фінансово стабільного банку, згідно з якими можливо оцінити фінансову стійкість окремого банку на грошовому ринку. З цього приводу можна виділити ряд ознак, за якими визначається клас банку-емітента при нарахуванні резервів на відшкодування можливих збитків від операцій з цінними паперами, а також клас банку при формуванні та використанні резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями. У сукупності даних критеріїв є якісні, а саме: характер виданих та отриманих міжбанківських кредитів; характер аудиторського висновку; відмінна ділова репутація керівництва тощо. У кількісних критеріях в основному ставиться акцент на дотриманні економічних нормативів, прибутковій діяльності, величині капіталу, структурі активів та пасивів, банківських резервах. Особливо важливе місце у цьому списку займають економічні нормативи, оскільки вони є обов'язковими до виконання всіма банками.

У сучасній практиці банківської діяльності в Україні найчастіше використовуються чотири основні методи оцінки фінансового стану та визначення фінансової стійкості комерційних банків, а саме: коефіцієнтний аналіз; інтегральний; бально-рейтинговий та факторний аналіз[2].

Кожний з цих методів має свої умови застосування, переваги та обмеження щодо достовірності оцінювання стану та перспектив роботи банківської установи. Загальна характеристика методів аналізу фінансового стану та визначення фінансової стійкості комерційних банків свідчить, що кожний окремо взятий метод має як певні переваги так і певні недоліки. Однак, слід зазначити, що всі способи оцінювання фінансового стану комерційних банків надають необхідну інформацію, на основі якої можна зробити висновок щодо фінансової стійкості банку. В той же час різна концепція застосування методів та різні алгоритми обчислень визначають різні передумови їх застосування залежно від базової інформації, широти аналізу, технічних можливостей, мети дослідження, форми подання результатів тощо.

Висновки. Таким чином, кожна з аналізованих методик визначення фінансової стійкості банків має певні переваги й недоліки, що дає підстави говорити про необхідність і можливість створення уніфікованої моделі

рейтингової оцінки банків в Україні. Водночас слід враховувати, що необхідною передумовою формування такої рейтингової моделі є розроблення національних стандартів показників банківської діяльності, які б враховували й міжнародні вимоги, щоб мати можливість правильно інтерпретувати їх загальний рейтинг.

Список використаних джерел:

1. Бланк 1-А. Словарь - справочник фінансового менеджера - К. „Ника-Центр", 2008.-480 с;
2. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник .- К., 2015.- 196 с.
3. «Фінанси підприємств - Поддєрьогін А.М.». - .[Електронний ресурс].
Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/3/54/>

Герасименко Ю.С.

канд.екон.наук, доцент кафедри статистики та економічного аналізу

Велієва В.О.

канд.екон.наук, доцент кафедри статистики та економічного аналізу

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

м. Харків, Україна

АНАЛІЗ СПОЖИВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства, станом на початок 2017 року Україна займає 11-те місце серед країн Європи та 20-те у світі за загальною площею сільськогосподарських угідь, сертифікованих як органічні. За останні 5 років вони збільшилися на 54% і на сьогодні складають 421 500 га. 48,1% зайняті під вирощування зернових, що ставить нас на 7-ме місце серед країн-виробників органічних зернових. Понад 16% займають олійні – 5-те місце у світі; 4,6% займають бобові – 7-ме місце. Під овочами зайняті 2% угідь – 10-те місце, а під фруктами – 0,6%.

За інформацією комерційної служби Посольства США в Україні, середня окупність інвестицій в українське органічне землеробство становить близько 300%, що робить його одним із найпривабливіших напрямів для інвестицій в Україну. Як повідомляє підприємство «Органік Стандарт», станом на 20 серпня 2017 року в Україні 485 підприємців отримали сертифікат про виробництво органічної продукції. Більшість з них займаються рослинництвом – 244 шт., проте в нинішньому році найбільша кількість нових сертифікацій була зроблена для виробництва малини та інших ягід. Таким чином, українські фермери об'єднують органічне виробництво з нішевим, збільшуючи прибутковість бізнесу.

Однак українці споживають значно менше органічних продуктів, ніж мешканці країн ЄС. На душу населення цей показник у нас складає €3, тоді як у ЄС - €53,7. За обсягом внутрішнього ринку органічних продуктів Україна займає 25-те місце в Європі: з гектара органічних угідь на внутрішній ринок потрапляє продукції на €50, тоді як у Європі — на €2345.

За останні десять років площа органічних земель в Україні збільшилася майже вдвічі – з 242 тис. га до 421 тис. га – це 11-й показник в Європі. Найбільше серед органічної продукції ми вирощуємо зернові, проте набирає популярності вирощування нішевих культур, зокрема ягід. Очікується, що виробництво органічної продукції в Україні збільшуватиметься й далі, оскільки європейські потужності не здатні задовольнити місцевий попит на неї [1].

Найбільш розвинені сегменти українського органічного ринку – виробництво зернових та молочних продуктів. Компанії-лідери - «Галекс-Агро», «ЕтноПродукт» і «Старий Порицьк».

Усі вони сертифікували такі види діяльності як рослинництво, тваринництво, переробка і експорт/імпорт. Крім того, перша має намір займатися ще й бджільництвом, а друга – торгівлею.

Кожна з цих компаній заявила до органічного виробництва по 40-70 найменувань рослинної, молочної та м'ясної продукції. Підприємства обробляють відповідно по 8,5 тис., 4 тис. і 1 тис. гектарів землі в Житомирській, Чернігівській та Волинській областях, а також мають стадо ВРХ чисельністю 2,4 тис., 1 тис. і 0,7 тис. голів.

Наприклад, ТОВ «Органік Мілк», що входить в структуру «Галекс-Агро», спеціалізується на виробництві молочної органічної продукції. В асортименті – 20 видів готової продукції: молока, кефіру, йогурту, сиру, масла і т.п. Потужність переробки власного заводу – 30 т на добу.

«Уже через місяць після початку роботи стало зрозуміло, що рішення було правильним – на ринку давно сформувався відповідний запит», - розповідають на підприємстві. «Органік Мілк» реалізує продукцію в 23 регіонах України і частково експортує в ОАЕ.

Успішні приклади організації виробництва органічних молочних продуктів демонструють «Старий Порицьк», «ЕтноПродукт», «Житомирський маслозавод», «Тізеш» та ін.

Сукупний асортимент органічних молочних продуктів в Україні зараз нараховує 57 найменувань, розповідає координатор молочного напрямку швейцарсько- українського проекту «Розвиток органічного ринку в Україні» Руслан Білик.

Розвивається і система збуту органічної продукції. Зараз такий товар пропонують, за інформацією ресурсу OrganicInfo, приблизно в 230 магазинах країни, що функціонують під 73 торговими марками. Серед них великі національні торгові мережі «Сільпо», «Велика кишеня», Novus, «Ашан» і «Метро», а також регіональні роздрібні структури, спеціалізовані крамнички. Більше половини всіх цих торгових точок зосереджені в столиці країни. Асортимент органічного товару в точках продажів досить скромний. Тому поки і обсяги торгівлі відповідні.

Рівень споживання органічної продукції українцями вкрай низький – близько € 0,4 на 1 людину. Наш співвітчизник споживає в 90 разів менше

здорової, органічної продукції, ніж пересічний житель Європи, і в 400-600 разів менше громадян «суперорганічних» держав.

За оцінками експертів, з нинішніми темпами зростання вітчизняного ринку потрібно ще років 25, щоб досягти показників Хорватії, Словенії чи Ірландії - € 23-31 на 1 персону.

Список використаних джерел

1. Аналіз ринку органічної продукції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agropolit.com/spetsproekty/407-analiz-rinku-organichnoyi-produktsiyi-v-ukrayini>.
2. Половину органічних продуктів купують кияни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://landlord.ua/market-overview/polovinu-organichnih-produktiv-kupuyut-kiyani/>.

*Глуценко Ю.Є.,
магістрант спеціальності «Маркетинг»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

*Шумкова О.В.,
к.е.н., доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Асортимент продукції – це категорія, яка характеризує рівень диверсифікації діяльності підприємства. Адже зрозуміло, що коли підприємство випускає значний асортимент товарів, то коло його географічно та соціально покупців ширше і різноманітніше, ніж у підприємства, яке випускає всього декілька видів продукції. І хоча обсяги реалізації і підприємства з широким асортиментом і підприємства з вузьким асортиментом можуть бути майже однакові (адже обсяг продажу в значній мірі залежить від необхідності даного виду товару в даному регіоні, а не від кількості товару), більше перспектив на ринку створить собі підприємство з широким асортиментом.

Відомо, що в основу асортиментної політики підприємства покладено визначення оптимального портфеля товарів (асортиментного переліку) з певними характеристиками, який дозволяє за рахунок задоволення потреб споживачів одержати запланований прибуток і забезпечити оборотність капіталу.

Формування асортиментної політики відбувається з урахуванням цілого ряду факторів: стан попиту та очікування споживачів, технологічні можливості підприємства, наявність аналогів товарів на ринку збуту і т.п.

Тому можна виділити такі проблеми управління асортиментом:

- потреби покупців швидко змінюються, тому підприємство вимушене постійно оновлювати свій асортимент, що підвищує вимоги до техніко-технологічної бази;
- на підприємствах не налагоджена система управління асортиментом через складність прогнозування зміни попиту споживачів і відсутність методик оптимізації асортименту;
- відсутні чіткі критерії та інструменти формування оптимального асортименту підприємств;
- жорстка конкуренція призводить до того, що нова продукція не встигає окупити інвестиції в її виробництво та просування.[1]

Основним елементом асортиментної політики є формування асортиментного «портфелю», а саме: вибір оптимальної ширини асортименту для забезпечення вимог ринку, тобто передбачення достатньої кількості асортиментних груп в портфелі; вибір оптимальної глибини асортименту для задоволення потреб споживачів; розробка асортиментного портфеля з урахуванням оптимальної кількості товарних груп та позицій всередині їх на основі збалансованості.

Асортиментна політика підприємств повинна враховувати динаміку факторів підвищення або зниження купівельної спроможності населення, попит споживачів, поведінку конкурентів, загальний рівень достатку території, де знаходяться торговельні площі, та країни загалом.

У цілому, концепція управління асортиментною політикою підприємства передбачає комплекс дій для ефективного формування асортименту підприємства:

- аналіз ринку і брендів;
- аналіз комунікації;
- політика розподілу;
- юридичні відносини;
- відносини з конкурентами;
- пакування та транспортування;
- постачання товарів;
- продаж та післяпродажне обслуговування.[3]

Слід також констатувати, що споживчий попит є основним фактором, який впливає на формування асортименту, і направлений на максимальне задоволення попиту населення і разом з цим – на активний вплив на попит в сторону його розширення.

Залежно від фінансових можливостей підприємства і його місця на ринку існує два підходи до управління асортиментом підприємства.

Перший підхід передбачає оптимізацію асортименту шляхом звуження його широти і зменшення глибини та зосередження підприємства на найбільш популярних і ходових асортиментних групах, а в межах асортиментних груп – на найбільш популярних асортиментних позиціях. Такий підхід дає можливість спрямувати всі кошти на підтримку товарів, які сприймаються споживачем, а не розтрачуватися на товари, які погано реалізуються.

Другий підхід полягає в тому, що підприємство намагається випускати всі різновиди товарів, яким би незначним попитом вони не користувалися. При цьому

низька прибутковість або навіть збитковість деяких асортиментних позицій покривається за рахунок збільшення прибутку, одержаного від виробництва і реалізації найприбутковіших асортиментних груп. Основою прийняття рішення про вибір одного із зазначених підходів є дослідження характеру і обсягів реалізації товарів, їх прибутковості з використанням методу АВС- та XYZ-аналізу, орієнтованого на розподіл асортименту товару за принципом Парето.

Для формування ефективного товарного асортименту підприємство повинно скласти певний стратегічний план і тактику його вдосконалення та проведення.

При управлінні товарним асортиментом постійно виникає низка проблем, які не можна ігнорувати задля досягнення цілей підприємства – отримання прибутку. Основні з них:

- старіння продукції (тривалість стадій життєвого циклу продукту залежать більшою мірою від галузі, в якій функціонує підприємство);
- негативний вплив великої насиченості, глибини, широти та гармонічності номенклатури;
- проблеми, пов'язані з різним рівнем доходів споживачів;
- високий рівень ризику при введенні нових товарних позицій.[2 с.80]

Для розв'язання вищеперелічених проблем, які виникають при управлінні товарним асортиментом, треба створити стратегію, підібрати організаційну структуру управління асортиментом і номенклатурою, що буде оптимальною.

Головними діями при управлінні товарним асортиментом будуть наступні:

- слід ретельно вивчити наявний асортимент і сформувати критерії для планового;
- потрібно дослідити ринок, на якому функціонує підприємство, діяльність конкурентів, особливості законодавства в даній сфері;
- виявити можливості підприємства, сильні та слабкі сторони;
- оцінити ресурсне забезпечення підприємства;
- управління повинно бути системним і цілеспрямованим.

Для раціонального управління асортиментом та визначення пріоритетних напрямків розвитку слід сформувати алгоритм вдосконалення

управління товарним асортиментом на підприємствах малого бізнесу. Актуальність вдосконалення управління товарним асортиментом обумовлюється смаками та вподобаннями споживачів, потребами сучасного ринку, що постійно змінюються. Щоб забезпечити постійний розвиток, необхідно покращувати продукцію підприємства, це надасть йому конкурентні переваги.[1, 3]

Таким чином, Управління товарним асортиментом – невід’ємна частина функціонування будь-якого сучасного підприємства. Оптимальний товарний асортимент дасть змогу підтримувати конкурентоздатні позиції, фінансово-економічну діяльність підприємства та задовольняти потреби покупців.

На сьогодні немає єдиного підходу до формування і управління товарним асортиментом, тому кожне підприємство самостійно застосовує найбільш ефективний та результативний підхід.

Список використаних джерел

1. Діденко Є.О. Управління асортиментною політикою підприємства [Електронний ресурс] / Є.О. Діденко, Д.С. Савельєв // Ефективна економіка. – 2015. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3910>
2. Кузьминчук Н.В. Формування асортиментної політики виробничого підприємства / Н.В. Кузьминчук, Т.М. Куценко, І.Ю. Тарасенко // Вісник НТУ «ХП». 2014. № 66 (1108) – С. 76–83.
3. Смольянінов А. Методи аналізу асортиментного портфеля підприємства [Електронний ресурс] / А. Смольянінов // Режим доступу: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2963.

Гнатишин Л. Б.

*д.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
м. Львів, Україна*

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СЕРЕДОВИЩІ СІМЕЙНИХ ФЕРМ

Вступ. Найчисельніший сектор сільськогосподарських товаровиробників України – фермерський уклад, а особливо ферми зі статусом сімейних господарств, був і залишається основою вітчизняного сільського соціуму, в якому для третини населення сільськогосподарське виробництво є важливим видом економічної діяльності, хоча й не забезпечує селянам достатньо високого рівня доходів. Наші дослідження вказують, що основою сільського соціуму повинні бути сімейно-трудові фермерські господарства, котрі зберігають ознаки соціально-виробничої одиниці.

Виклад основного матеріалу. Соціальна функція сімейного фермерства проявляється в тому, що операційна діяльність фермерського господарства загалом – єдине або основне джерело доходу фермера і його родини, хоча

законодавчо не заборонено фермеру працювати деінде. Також операційна діяльність є консолідованим фактором фермерської сім'ї чи навіть родини. Тому загалом «фермерство – це не тільки форма організації праці, але й форма життя та діяльності людини» [4, с. 27].

У Законі України «Про фермерське господарство» у редакції від 1 травня 2016 року, зокрема у ст. 1, зазначено, що фермерське господарство підлягає державній реєстрації як юридична особа або фізична особа-підприємець. І це зрозуміло, оскільки сьогодні чимало особистих селянських господарств (ОСГ) за розмірами землекористування переважають невеликі ферми. Такі селянські господарства є потенційними структурами для перетворення у сімейні ферми, що забезпечить їм додаткову державну підтримку в порядку, передбаченому Законом України «Про державну підтримку сільського господарства України». При цьому необхідно дотримуватись умови про використання винятково праці особи-підприємця та членів його сім'ї.

Зараз серед ОСГ сформувався прошарок одиниць, які за наявними у світі критеріями (понад 1 га землі, більш як 1 тис. дол. виручки від реалізації продукції тощо) можна віднести до категорії фермерських господарств. В Україні протягом 2010-2017 років із загальної кількості сільських домогосподарств приблизно 22% обробляли земельні ділянки площею понад 1 га, 17–18 % – реалізовували продукцію на суму, що перевищує 1 тис. дол. Отже, за наявності 5 млн сільських домогосподарств (у тому числі 4,1 млн особистих господарств населення), кількість потенційних сімейних ферм може бути оцінена на рівні 700 тис. Тому комплекс заходів щодо інституціоналізації та модернізації малотоварного сільськогосподарського виробництва мав би спрямовуватися насамперед на цей прошарок господарств [1, с. 35]. На кінець 2017 року в межах індивідуального сектора аграрної економіки співвідношення між фермерськими господарствами та особистими селянськими господарствами становило 0,8 % і 98,2 %. Норма землекористування цих господарств – до 2 га. Але їх земельну ділянку можна збільшити в разі отримання земельного паю. Тому велика частка ОСГ використовує земельні ділянки площею понад 2 га.

Але не все настільки однозначно. Щодо власників і членів ОСГ, то вплив на них змін у законодавстві можна спрогнозувати як мінімальний. Як показують соціологічні дослідження, лише 11,0 % членів ОСГ виявили бажання, а 58,5 % не бажають трансформуватись у сімейні ферми з низки причин [2, с. 87]. Оформлення фермерського господарства у статусі сімейної ферми потребує від селян додаткових витрат (податки, єдиний соціальний внесок, реєстраційні збори тощо), часу і зусиль на реєстрацію, ведення обліку, звітності тощо, а вигоди від цього ще невідомі. Очевидно, що задля можливості одержати додаткову підтримку охочіше будуть набувати статусу сімейних ферм ті фермерські господарства, які не використовують найманої праці. Надаючи перевагу субсидюванню, частка дрібних фермерських господарств, які наймають працівників на сезонні польові роботи, може

відмовитися від цього навіть ціною згортання виробництва, якщо така додаткова державна підтримка виявиться вигіднішою. Тому це позбавить заробітку і роботи тих селян, які сьогодні мають змогу одержувати їх у фермерів. Також слід зауважити, що нові положення Закону України «Про фермерське господарство» прописані всупереч вимогам податкового законодавства. Тобто, де-факто фермерські господарства без статусу юридичної особи є платниками єдиного податку четвертої групи та ПДВ, що вимагає від них належного рівня бухгалтерського обліку і звітності, зокрема в частині електронного адміністрування ПДВ, а де-юре вони мали б платити до бюджету встановлену посильну суму єдиного податку без обтяжливих бухгалтерських процедур.

Сьогодні законодавчо закріплено основні критерії визнання вітчизняного сімейного фермерства: здійснюють вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку такої власної продукції; не використовують працю найманих осіб; членами сімейної ферми є виключно члени сім'ї; площа сільськогосподарських угідь та земель водного фонду у власності та користуванні членів фермерського господарства має становити не менше двох, але не більше 20 га.

Проте прагнення до зростання сільськогосподарського виробництва та його експортного потенціалу витіснило наміри до поліпшення добробуту селян. За такого підходу суспільні блага, що повинні створюватися у процесі сільськогосподарського виробництва, продукуються недостатньо, а сімейний тип господарювання, який найповніше орієнтований на створення цих благ та запобігання бідності у сільському середовищі, не отримує належного сприяння розвитку. Отже, наявна модель аграрного виробництва потребує переорієнтації та всебічної модернізації [3, с. 56].

Зрозуміло, що сімейним фермам витримати конкурентну боротьбу навіть не з агрохолдингами, а з великими фермерськими господарствами, дуже важко. Тому держава повинна спрямувати додаткові регулятори на захист дрібних сільськогосподарських товаровиробників та встановити обмеження до ключових критеріїв визнання господарства як фермерського. Ми вважаємо, що такі обмеження, наприклад, мали б стосуватися не лише площ сільськогосподарських угідь у володінні фермерських господарств, але й у користуванні на правах оренди. Обмеження розмірів дало б змогу збільшити загальну кількість фермерських господарств, підвищити рівень їх конкурентоспроможності, посилити соціальну спрямованість такого виду аграрного бізнесу.

Уже достеменно відомо, що дрібні ферми конкурентоспроможніші з позиції реагування на зміну кон'юнктури ринку, швидше адаптовуються до змін у фінансовій та цінній політиці держави, оперативніше реагують на потреби в управлінні виробничими та збутовими процесами. Водночас, малі сімейні фермерські господарства не забезпечують ефективного використання техніки, особливо у рослинництві, оскільки саме тут не зреалізовується ефект масштабу

виробництва. Також високі ризики сільськогосподарської діяльності, що спричинені непередбачуваністю погодних умов, у співвідношенні із невеликими масштабами діяльності породжують труднощі в системі кредитування. Дрібнотоварне виробництво не завжди передбачає і гарантує фермеру та його сім'ї паритетного витратам розміру доходу. Ба більше, дрібні сімейні фермерські господарства також не спроможні вирішити продовольчої проблеми в загальнодержавному вимірі. За своєю природою апріорі вони не можуть бути достатньо ефективними, бо незначні площі угідь та поголів'я сільськогосподарських тварин не припускають цілковитого використання досягнення науки і техніки.

Висновки. Інструментами інституційної компоненти розвитку сімейного товарного виробництва на селі мають бути: регулювання відтворювального процесу всіма рівнями влади, ринкове (кон'юнктурне) регулювання, інфраструктурне забезпечення, саморозвиток і саморегулювання відтворювального процесу виробничого потенціалу фермерськими господарствами, сприяння відтворення виробничого потенціалу громадськими організаціями.

Водночас зауважимо, що правове поле, в якому функціонують фермерські господарства, настільки недосконале, що внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» не забезпечує імплементації особистих сімейних господарств у міцну правову рамку та не забезпечує економічних і соціальних передумов їх трансформації в сімейні фермерські господарства. Але, як показують наші дослідження, першочергова мета оновленого Закону України «Про фермерське господарство» полягає у виведенні із тіні усіх дрібних виробників сільськогосподарської продукції збільшенням їх податкового навантаження. Саме тому ми вважаємо, що законодавчі зміни передусім мали б посилити соціальний та економічний захист членів сімейних фермерських господарств, підвищити готовність і здатність селян (особливо молодого і середнього покоління) до самостійного господарювання на сімейних засадах, створити на основі сімейних фермерських господарств життєздатнішу систему сільськогосподарської обслуговуючої кооперації та сприяти зростанню доходів сільських жителів-виробників за рахунок формування сприятливої ціни на власновироблену продукцію. Також правове поле має забезпечити доступність селянських господарств до чинних та нових програм бюджетної підтримки аграрного сектору.

Список використаних джерел

1. Гнатишин Л. Б. Місце фермерства у сучасній моделі аграрного сектора України. *Black sea scientific journal of academic research*. 2014. Vol. 09. Issue 02. P. 33–38.
2. Економічна реформа – очима села: 20 років потому: результати та аналіз повторного соціологічного опитування [Губені Ю. Е., Біттер О. А., Бондарчук В. В., Жарська С. Ю. та ін.] / за ред. проф. Губені Ю.Е. Львів: Українські технології, 2017. 94 с.

3. Зубар І. В. Розвиток кооперації малих фермерських господарств на основі світового досвіду. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4. С. 54–60.
4. Регіональні особливості становлення і розвитку фермерства [Онисько С. М., Липчук В. В., Березівський П. С., Вороний І. В.]. Львів: Українські технології, 2001. 172 с.

*Голобородько В.В.
здобувач СВО «Бакалавр»
Науковий керівник - Песцова-Світалка О.С., к. е. н., доцент
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ЕКОНОМІЧНІ ТА НЕЕКОНОМІЧНІ ДЖЕРЕЛА ЕКОНОМІЧНОГО ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМЦЯ

Важливою проблемою сьогодні є підвищення конкурентоспроможності підприємств. Ключовим вектором руху в напрямку її вирішення є збільшення обсягів позитивних фінансових результатів господарської діяльності. Прибуток виступає кінцевою метою і рушійним мотивом господарської діяльності і всіх суб'єктів ринкової економіки, зайнятих підприємництвом. Він є головним стимулом і основним показником ефективності функціонування будь-якої економіки.

Економічний, або чистий, прибуток – це те, що залишається після вирахування всіх економічних витрат – явних і неявних витрат на заробітну плату, ренту і позичковий відсоток, і, крім того, нормального прибутку – із загального доходу підприємства. Економічний прибуток може бути або додатним, або від'ємним (збитки). Якщо фірма одержує лише нормальний прибуток, вважається, що вона працює беззбитково.

Лазебник Л.Л., Гацька Л.П. зазначають, що бухгалтерський прибуток визначається лише на підставі документально підтверджених доходів та витрат, оскільки тільки так вони можуть бути офіційно засвідчені для контролюючих органів. Економічний прибуток не завжди спирається на офіційне оформлення, враховуючи особливості ведення бізнесу, упущену вигоду, витрати коштів без підтвердження різними документами. Економічний прибуток відображає реальний стан справ на підприємстві, тобто більш адекватно характеризує підприємницькі здібності власників, успішність чи, навпаки, проблемність його функціонування [1, с. 75].

Косік А.Ф., Гронтковська Г.Е. вважають, що існує кілька версій котрі пояснюють природу економічного прибутку. Одні економісти розглядають економічний прибуток як винагороду за ініціативу підприємницької діяльності і технічні нововведення, інші – як винагороду за ризик і невизначеність як своєрідну премію тим, хто не побоювся ризику; дехто вважає його експлуаторським прибутком, породженим монопольною владою над ринком [2, с. 130].

До економічних джерел економічного прибутку належать: наявність економічної влади, інноваційна діяльність, оптимізація економічної діяльності фірми, ріст її активів, мінімізація ризику.

Якщо економіка була б чисто конкурентною та її стан не змінювався, то економічний прибуток фірм в положенні рівноваги в довгостроковому періоді дорівнював би нулю. Підприємці отримували б лише нормальний прибуток. Проте в динамічній економіці діє фактор невизначеності і майбутнє неможливо точно передбачити. Тому підприємець бере на себе ризик і відповідальність за прийняття рішень. Отже, частина економічного прибутку можна розглядати як дохід за прийняття ризику підприємцем [3, с. 62].

Пов'язуючи економічний прибуток з невизначеністю і ризиком, важко розмежувати застрахований і незастрахований ризик. Деякі види ризику можна застрахувати. Та саме незастрахований ризик є потенційним джерелом економічного прибутку. Незастраховані ризики – це насамперед ризики, пов'язані з циклічними і структурними змінами в економіці в цілому, тобто з дією зовнішніх для підприємця чинників (змін у державній економічній політиці; рівень інфляції; рівень безробіття; смаках, перевагах і моді покупців; кон'юнктуру ринку тощо). Крім того, до незастрахованих ризиків слід віднести ризики, пов'язані з власною ініціативою підприємця і залежні від нього (впровадження нової техніки, оновлення та розширення асортименту продукції, освоєння нових ринків тощо). У всіх випадках, пов'язаних з незастрахованими ризиками, підприємець стикається з фактором невизначеності майбутніх економічних результатів (витрат, виручки, прибутку тощо).

У ході економічного циклу підприємці, які володіють проникливою уявою, розпізнають нові прибуткові можливості і відповідно до них спрямовують свої зусилля. Шумпетер Й. вводить поняття новатора, під яким розуміється підприємець, який вперше впроваджує «базисні інновації». Під ними він розуміє: 1) революційні зміни в техніці і технології виготовлення нових товарів; 2) освоєння нових ринків чи 3) джерел сировини; 4) організаційно-управлінські нововведення. Таким чином різко підвищує продуктивність праці, перевищуючи доходи над витратами, і як наслідок – отримує вищий прибуток. Інноваційний прибуток в умовах конкуренції і відсутності законів про патенти буде тимчасовим. Конкуруючі підприємства успішно перейматимуть інновації, зводячи тим самим нанівець весь економічний прибуток. Проте інноваційний прибуток може існувати в прогресивній економіці завжди, оскільки нові успішні інновації замінюють застарілі моделі, прибуток від яких зведений нанівець конкуренцією [1, с. 78].

До неекономічних джерел економічного прибутку належать: існування ринків недосконалої конкуренції, володіння фірмами монопольної ринкової владою, демпінг тощо.

На думку Кривицької О.Р. прибуток має і негативні риси. Це відбувається, наприклад, тоді, коли з джерела розширеного відтворення на

підприємстві прибуток перетворюється лише в джерело збагачення окремих осіб. Або ж у тому випадку, коли він отримується не за рахунок зростання обсягів виробництва й підвищення ефективності, а за рахунок невинновданого зростання цін, використовуючи монопольне становище чи механізми тіньової діяльності підприємства [4, с. 86].

Завдяки здатності обмежувати випуск продукції і не допускати конкурентів, монополіст може постійно вилучати економічний прибуток за умови, що попит тісно пов'язаний з витратами. Такий прибуток обумовлений здатністю монополіста обмежувати виробництво продукції і впливати на ціну продукту на свою користь.

Існує як причинний взаємозв'язок, так і відчутна відмінність між невизначеністю, з одного боку, і монополією, з іншого, як джерелами прибутку. Причинний взаємозв'язок виявляється в тому, що підприємець може зменшити невизначеність або в крайньому разі пом'якшити її наслідки шляхом досягнення монопольної влади. Конкуруюче підприємство постійно відчуває вплив ринку; монополіст, однак, може до певної міри контролювати ринок і, відповідно, компенсувати або потенційно мінімізувати негативний вплив невизначеності. Більше того, інновація – важливе джерело монопольної влади. Можна згодитись на короткострокову невизначеність, пов'язану з введенням нової техніки або нової продукції, щоб досягти певного ступеня монопольної влади.

Відчутна відмінність прибутку, отриманого в результаті невизначеності та монопольної влади, пов'язана з тим, чи є ці два джерела прибутку соціально необхідними. Взяти на себе ризик в умовах динамічної і невизначеної економічної кон'юнктури і впровадити інновації – це соціально необхідні функції. Разом з тим, соціальна необхідність монопольного прибутку дуже сумнівна. Монопольний прибуток звично ґрунтується на скороченні обсягів виробництва, вищих цінах порівняно з конкурентними цінами і нерациональному розподілі ресурсів.

Таким чином, максимізація прибутку є вирішальним чинником не тільки успішної конкурентоспроможності підприємств, але і для країни в цілому. Розмежування бухгалтерського та економічного прибутку дозволяє ясно представляти не тільки об'єктивні основи процесів формування прибутку, але і характеризує наявність і обсяг прихованих додаткових витрат і доходів. Економічний прибуток підприємця формується завдяки економічних джерел (наявність економічної влади, інноваційна діяльність, оптимізація економічної діяльності фірми, ріст її активів, мінімізація ризику) та неекономічних джерел (існування ринків недосконалої конкуренції, володіння фірмами монопольної ринкової владою, демпінг тощо).

Список використаних джерел

1. Лазебник Л.Л. Методологічні імперативи прибутковості підприємства / Л. Л. Лазебник, Л. П. Гацька // Економічний вісник. – 2017. – № 2. – С. 73–80.

2. Косік А.Ф. Мікроекономіка: [навчальний посіб.]. – [Електронний ресурс]./ А.Ф.Косік, Г.Е. Гронтковська. – Рівне: УДУВГП, 2004. – 400 с. – Режим доступу: <http://old.nuwm.rv.ua/library/text/060.pdf>
3. Підгірна В.С. Формування та використання прибутку суб'єктів господарювання в умовах відкритої економіки України: дис.. кандидата економічних наук: 08.00.08 / Підгірна Віра Святославівна. – Львів, 2016. – 290с.
4. Кривицька О.Р. Сутність прибутку як економічної категорії: еволюційний підхід та сучасне бачення / О. Р. Кривицька // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону: науковий збірник / [за ред. І. Г. Ткачук]. – Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2011. – Вип. 7, т. 2. – С.82–86.

Головенчик А.В.

студентка факультету менеджменту і економіки

Ломовських Л.О.

*доктор екон. наук, доцент кафедри маркетингу,
підприємництва і організації виробництва*

*Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва,
м. Харків, Україна*

ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Сучасний розвиток як підприємств так і країни неможливий без впровадження та використання інноваційних рішень, оскільки рівень розвитку визначає рівень конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Протягом останніх п'яти років в Україні кардинальних не відбулося суттєвих змін в інноваційній діяльності АПК. За аналізом показників інноваційної активності підприємств України визначено необхідність активізації інноваційної діяльності підприємств, перехід до інноваційного напрямку економічного розвитку на основі нових організаційно-економічних механізмів виробничої, наукової, освітньої інтеграції суб'єктів господарювання.

За обсягом вивозу продуктів сільськогосподарського призначення за кордон Україна є в п'ятірці світових лідерів, але досягненнями в сільському господарстві ми зобов'язані перш за все нашим родючим чорноземам, загальна площа яких майже з територією Великобританії. Але зі збором врожаю з одного гектара наші підприємства поступаються розвиненим країнам. За врожайністю наша країна відстає від них на 10 років, а 40% сільгосптехніки застаріла.

Проаналізувавши, можна дійти висновку, що основними сільськогосподарськими машинами аграрні підприємства забезпечені лише на

48-65% від нормативної технологічної потреби. На сьогодні близько 85% основних видів техніки експлуатується поза амортизаційними термінами, майже дві третини техніки має вік 20 років і більше [4].

Також можна зауважити, що земля в Україні використовується неповністю, і чорнозем втрачає свою родючість через втрату поживного шару, ерозії і забруднення. До ерозії схильна майже половина родючих земель країни. У той час як у розвинених країнах агропроцеси стають все більш автоматизованими. В той час як наші фермери часто використовують застарілі методи ведення господарства.

Сільське господарство України, незважаючи на нестабільність інноваційної діяльності, намагається вводити передові науково-технічні розробки й адаптувати їх у власне виробництво.

Підтвердженням цього є використання новітніх технологій у землеробстві, рослинництві та тваринництві, які використовуються провідними підприємствами на території України.

Деякі підприємства нашої країни вже застосовують такі технології як дрони – обприскувачі, які здатні вносити засоби захисту рослин за технологією ультра-малого внесення. Безпілотні літальні апарати можуть піднімати у повітря до 60 літрів розчину. Протягом робочого дня такий апарат здатен обробити до 500 гектарів, а використання пального при цьому у десятки разів менші [3].

А також одним із новітніх впроваджень є комплексна система контролю та управління живленням ВРХ. Це дозволить оптимізувати витрати на корми для тварин та у випадку з ВРХ покращити надої. В цілому приблизно 60-70% усіх затрат на підприємстві іде саме на корм, тому оптимізація роботи в цьому напрямку є необхідною на підприємстві. Ця система включає в себе встановлення датчиків на кормозмішувачі, який збирає усі кількісні дані про корми. Це дає можливість господарству оцінювати витрати на корми та розраховувати собівартість молока. Усі дані передаються на мобільний прилад тракториста та зоотехнолога, що покращує контроль годівлі.

Також однією з новинок інноваційного розвитку є програмне забезпечення розроблене компанією «Мониторинг полей» на основі використання штучного інтелекту. Воно аналізує стан посівів та виявляє шкідників, бур'яни чи захворювання. Програма робить знімок, а потім аналізує його та порівнює його із фотографіями на яких присутні проблемні організми. Ідентифікує їх та видає свій звіт із рекомендаціями по вирішенню проблеми. На обробку даних іде досить небагато часу – від декількох секунд до декількох хвилин. Це зможе значно полегшити роботу агрономів та керівників господарств, а особливо актуальним є для невеликих підприємств [1].

Нині існує велика потреба в нових інноваційних рішеннях, які повинні замінити або доповнити традиційні методи ведення сільськогосподарської діяльності, що полегшить роботу працівникам.

Адже впровадження чогось новітнього зазвичай набагато покращує роботу, сприяє економії різних видів ресурсів, скороченню витрат на виробництво та зниженню собівартості продукції, збільшенню обсягів і підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва, що впливає на залучення нових можливо навіть іноземних інвестицій [2].

Таким чином, інноваційний розвиток в аграрному секторі передбачає перехід на якісно новий рівень, який вимагає активізації інноваційної діяльності для реорганізації економіки на основі розвитку наукомістких технологій, впровадження у виробництво новітніх високотехнологічних процесів, розробки та випуску нової конкурентоспроможної продукції.

Список використаних джерел

1. Європейська стратегія. – 2020. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en
2. Кіндзерський Ю.В. Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації: монографія Є Ю.В. Кіндзерський; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозування НАНУ». – К., 2013. – 536
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html
4. Наукова та інноваційна діяльність України [за 2016 рік]: стат. зб. / Державна служба статистики України. – 2017. – 140 с.

Горбенко Є. О.

головний судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень

Чумак Р. В.

судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

МВС України, м. Полтава, Україна

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ШИН АВТОМОБІЛЬНИХ ТМ «FULDA»

Для сучасних легкових автомобілів шина є важливою деталлю конструкції ходової частини і повинна мати ряд необхідних якостей. Автомобільна шина (покришка, балон або гума) – являє собою пружну гумову-метало-тканинну оболонку, установлену на обід колеса. Шина забезпечує контакт транспортного засобу з дорожнім полотном, призначена для поглинання незначних коливань, викликаних недосконалістю дорожнього покриття, компенсації похибки слідів коліс, реалізації і сприйняття сил, що виникають у площині контакту. Автомобільна шина повинна пружинити,

амортизувати, забезпечувати витримування прямого напрямку, володіти хорошими властивостями протектора і високим очікуваним пробігом.

Сьогодні гостро постає проблема контролю за технічним станом та якістю шин, які встановлені на сучасній автомобільній техніці. Адже вони експлуатуються в екстремальних умовах (на високих швидкостях руху, в умовах бездоріжжя, з підвищеними постійно діючими радіальними навантаженнями), які можуть стати причиною утворення та розвитку внутрішніх прихованих дефектів, що призведе до передчасного непередбаченого припинення експлуатації шини.

Загальноприйняті показники якості шин розділяють шини за такими категоріями: зносостійкість протектора, зчеплення з дорогою і температура. Однак цю оцінку дає сам виробник – інформація зазначається на маркуванні продукції.

Для проведення товарознавчої експертизи було обрано автомобільні шини торгової марки «Fulda» Conveo Trans. Так як, ідентифікація є невід'ємною частиною експертизи, без якої неможливо розпочати дослідження, перед проведенням самої експертизи була проведена ідентифікація об'єкта.

Об'єктом дослідження є виріб який являє собою пружну оболонку, яка встановлюється на ободі колеса автомобіля та заповнюється газом чи повітрям під тиском, тобто це – шина. Шина виготовлена із матеріалу чорного кольору – гуми. Шина безкамерна, оскільки повітряна порожнина утворюється покришкою та ободом колеса.

За конструкцією шина радіальна, оскільки нитки корду укладені перпендикулярно руху, що забезпечує гарне зчеплення з дорожнім покриттям і забезпечує кращу бокову стійкість в поворотах. Особливості малюнку зовнішньої гумової частини покришки пневматичної шини з рельєфним рисунком, яка забезпечує зчеплення з дорогою та запобігає пошкодженню каркаса свідчать про зимове призначення наданих на дослідження шин.

Далі було здійснено аналіз маркування об'єкта дослідження. Усі маркувальні дані нанесені на автомобільну шину торгової марки «Fulda» Conveo Trans у обсязі передбаченим п. 5.3 ГОСТ 4754-97 Шины пневматические для легковых автомобилей, прицепов к ним, легких грузовых автомобилей и автобусов особо малой вместимости. Технические условия [1].

Положеннями ГОСТ 4754-97 Шины пневматические для легковых автомобилей, прицепов к ним, легких грузовых автомобилей и автобусов особо малой вместимости. Технические условия [1] зазначено ряд виробничих дефектів шин, які є недопустимими:

- розшарування в каркасі, брекети та борти;
- відшарування протектора, боковини та бортової стрічки;
- гребінь по протектору з випресуванням корду;
- запресування твердих включень на внутрішній та зовнішній поверхні шини;

- механічні пошкодження (проколи наскрізні, порізи до корду);
- відставання ниток корду по першому шару каркасу;
- складки на основі, п'ятці та носку борту від запресування бортової стрічки;
- оголення крайок бортової стрічки;
- відрив та відшарування герметичного гумового шару по внутрішній поверхні каркасу та на бортах.

Перелічені дефекти шин є недопустимими, а отже їх наявність може сильно вплинути на якість шин. У досліджуваному зразку автомобільної шини торгової марки «Fulda» Conveo Trans недопустимих дефектів візуально не виявлено.

Об'єкт дослідження перебував в недовготривалій експлуатації, і є незначне зношування протектора. Відповідно до вимог ГОСТ 4754-97 [1] проводили визначення лінійних розмірів шин. Перед визначенням лінійних розмірів визначили також масу шини – 6 кг. Результати вимірювання розмірів автомобільної шини торгової марки «Fulda» Conveo Trans наступні:

- ширина профілю шини – 200 мм;
- зовнішній діаметр – 748 мм;
- глибина малюнка протектора – 7,5 мм;
- діаметр – R-16.

Одержані значення лінійних розмірів у повній мірі відповідають позначенню шини 215/65 R16, а саме значення зовнішнього діаметру знаходиться у межах допустимого відхилення $\pm 1\%$, ширина профілю шини становить 200 мм, що не перевищує встановлені ГОСТ 4754-97 218 мм.

За результатами оцінки зовнішнього вигляду, визначення наявності дефектів, вимірювання розмірів та основних параметрів відхилень від норм зазначених в ГОСТ 4754-97 не виявлено.

Список використаної літератури

6. ГОСТ 4754-97 Шины пневматические для легковых автомобилей, прицепов к ним, легких грузовых автомобилей и автобусов особо малой вместимости. Технические условия. Минск, 2013. 37 с.

Горяча О.Л.

*к.е.н., доцент кафедри економіки і фінансів
Бердянський університет менеджменту і бізнесу
м.Бердянськ, Україна*

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ

Важливим фактором забезпечення сталого розвитку економіки країни та становлення її позитивного іміджу на світовій арені є інвестиційна привабливість держави та її інвестиційний клімат.

Категорія інвестицій є базовим економічним елементом повсякденної господарської діяльності як суб'єктів господарювання так і процесу економічного зростання будь-якої країни світу. Інвестування значною мірою впливає на вирішення соціальних, економічних та політичних проблем, з якими стикається будь-яка країна. На сьогоднішній день, проблема не досить високого рівня капіталовкладень та відсутності припливу інвестицій є актуальною і для України. Держава потребує значного вливання коштів, насамперед іноземних інвестицій, адже власні ресурси або вичерпані, або значно знецінені внаслідок інфляції. Тому питання забезпечення інвестиційної привабливості країни набуває особливої актуальності та негайного вирішення.

Теоретичні і практичні питання, пов'язані з оцінкою інвестиційної привабливості країни, іноземного інвестування висвітлено в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як, Бланк І.А., Буркинський Б.В., Гайдучий А., Герасимчук М.С., Гойко А.Ф., Заїнчковський А.О., Кисіль М.І., Пересада О.О., Погріщук Б., Рогожин П.С., Шевчук В.Я., Гітман Л., Джонк М.Д., Норкотт Д., Хавранек П., Шарп У. та інших дослідників.

Дослідники з різних позицій підходять до виконання процедури діагностики стану інвестиційного клімату — проводять аналіз методів оцінювання інвестиційного клімату в Україні в умовах сучасної хаотично структурованої економіки, здійснюють спроби рейтингового аналізу дослідження інвестиційного клімату, пропонують власну методику розрахунку індексу інвестиційного клімату в Україні, визначають ефективні підходи до оцінки привабливості інвестиційного клімату для іноземних інвесторів.

Незважаючи на декларування кардинального реформування економіки України, інвестиційний клімат в країні залишається несприятливим, що значно впливає на економічне зростання та прибутковість діяльності економічних суб'єктів України. Варто відмітити, те, що інвестиційний клімат представляє собою сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують та сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та закордонних інвесторів, негативно впливає на інвестиційний ринок України [1].

В економічній літературі існують різні підходи до визначення інвестиційної привабливості та інвестиційного клімату держави. В широкому розумінні ці поняття визначають як сукупність політичних, правових, економічних і соціальних умов, що забезпечують інвестиційну діяльність вітчизняних і закордонних інвесторів. Факторами інвестиційної привабливості країни є в основному певні макроекономічні показники розвитку країни в цілому, що залежать від розвитку виробництва, рівня розвитку технологій, рівня життя та багато інших, зв'язаних між собою параметрів, з'єднуючи які можна скласти цільну картину інвестиційної привабливості тієї чи іншої країни або регіону. Від рівня розвитку та стану цих факторів залежить практично усе життя економіки будь-якої країни. Зараз їм приділяється велика

увага, але поліпшення цих показників є довгостроковим та достатньо складним завданням.

Інвестиційна привабливість країни – це позиція країни на світовому ринку інвестиційних ресурсів порівняно з іншими країнами-реципієнтами інвестицій, яка залежить від умов інвестиційної діяльності в країні та характеризує доцільність вкладення капіталу в конкретну країну. Інвестиційна привабливість розглядається на трьох рівнях:

- ✓ макрорівень – це інвестиційна привабливість країни в цілому;
- ✓ мезорівень – інвестиційна привабливість регіонів і галузей економіки;
- ✓ мікрорівень – привабливість конкретного інвестиційного проекту.

Рішення іноземних інвесторів будуть залежати від усіх названих складових інвестиційної привабливості [2].

Соціально-економічний розвиток та зростання країни, структурне перетворення її економіки, відродження експортного потенціалу та підвищення міжнародної конкурентоспроможності є неможливими без формування джерел інвестиційних ресурсів. В умовах поглиблення глобалізації міжнародного бізнес-середовища, ефективність та динамізм зазначених процесів визначаються спроможністю суб'єктів підприємництва виконувати не лише внутрішні, а й інтернаціональні (іноземні) інвестиції.

Враховуючи інституційне середовище в Україні спостерігається зменшення інвестування. Особливо це стосується іноземних інвестицій, які є вкрай важливими в контексті міжнародного співробітництва та євроінтеграції. Станом на 01.07.2017 р., сукупність вкладених іноземних коштів із країн світу в економіку України становить 38981,5 млн. дол. США.

По-перше, прямі інвестиції з країн світу в Україну різко скоротились після початку війни.

По-друге, попри деяке покращення бізнес-середовища в Україні, політичні проблеми та загрози безпеці запобігають відновленню інвестицій. Проте, значна частина довоєнних ПІП потрапляла до України через офшорні компанії і насправді мала українське або російське походження. Щоб підвищити ймовірність залучення справжнього іноземного капіталу, необхідно усунути значні перешкоди на шляху ПІП, що існували ще задовго до початку конфлікту.

Величину і відсутність зростання інвестицій з такої розвиненої країни, як Німеччина можна пояснити тим, що саме через німецьку компанію, на думку експертів, індійська компанія «ArcelorMittal» контролює «Криворіжсталь».

Нідерланди, завдяки сприятливим податковим та іншим умовам, мабуть, також діють як офшор і є одним із найбільших джерел інвестицій у світі лише формально. Так, на думку експертів, частина \$1,8 млрд інвестицій в телекомунікаційний сектор України зумовлена тим, що компанією «Київстар» володіє зареєстрована у Нідерландах VimpelCom.

За 2015 рік загальний обсяг інвестицій скоротився ще більше і до кінця року склав 41,1 мільярд доларів. При цьому надходження нових інвестицій зросли майже в півтора рази порівняно з 2014 роком і склали 3,8 мільярдів доларів.

У 2016 році загальний обсяг іноземних інвестицій досяг 42,8 мільярдів доларів, річні надходження прямих іноземних інвестицій теж зросли до 4,4 мільярдів доларів.

Станом на перший квартал 2017 року Держстат оцінює загальний обсяг іноземних інвестицій в 38 мільярдів доларів, а нові надходження трохи перевищили рівень першого кварталу 2015 року і склали 393 мільйони доларів.

У 2017 році продовжувалося зростання грошових переказів на тлі посилення міграційних процесів та зміцнення валют країн Східної Європи. Збільшення надання ІТ-послуг зумовило зростання переказів з США. Зростання грошових переказів компенсували більші, ніж в 2016 році, виплати по дивідендах. Ці виплати, у свою чергу, виросли за рахунок дозволу на репатріацію дивідендів, нарахованих за 2016 рік. Чистий приплив капіталу за фінансовим рахунком зріс до 6,4 млрд доларів (порівняно з 4,7 млрд доларів у 2016 році). На відміну від попереднього року державний сектор відігравав значну роль у надходженні капіталу - уряд активно залучав валютні ресурси як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Успішне завершення третього перегляду програми EFF з МВФ дозволило урядові отримати черговий транш кредиту макрофінансової допомоги від ЄС на суму 0,3 млрд доларів.

Також у вересні 2017 Україна після чотирирічної перерви повернулася на ринки зовнішніх запозичень - чисті залучення за суверенними єврооблігаціями становили 1,3 млрд доларів. А придбання банками ОВДП, номінованих в іноземній валюті, що призвело до скорочення активів банківської системи на 0,6 млрд доларів. Скорочення готівки поза банками залишилося важливим джерелом надходжень по фінансовому рахунку в 2017 році. Однак його вплив істотно зменшилася порівняно з попереднім роком обсяги скорочення склали 1,7 млрд доларів.

Таким чином, завдяки профіциту зведеного платіжного балансу та одержання у квітні чергового траншу від МВФ міжнародні резерви збільшилися на 21% до 18,8 млрд доларів, що забезпечує 3,6 місяця імпорту станом на кінець 2017 року.

Оцінкою інвестиційної привабливості України, що проводиться Європейською Бізнес Асоціацією і ґрунтується на регулярному моніторингу бізнес-клімату першими особами компаній-членів Асоціації є Індекс інвестиційної привабливості.

Індекс інвестиційної привабливості України тримається в нейтральній площині.

Для покращення ситуації в Україні стосовно інвестиційної привабливості, необхідно:

- Запустити роботу Антикорупційного суду
- Реформувати судову систему, повернути до неї довіру
- Відкрити ринок землі
- Знизити податковий тиск на фонд оплати праці
- Розвивати та втілювати інновації
- Ввести другий рівень обов'язкового накопичувального пенсійного страхування.

Список використаних джерел

1. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. – Київ: Лібра, 2002. – 472 с.
2. Клочковський О.В. Оцінка стану інвестиційної привабливості України у міжнародних рейтингах / О.В. Клочковський // Економічні науки. – 2011. – № 2. – С.90-95.

Данко А. І.

здобувач вищої освіти 3 курсу, факультету економіки та менеджменту

Мороз С.Е.

к.п.н., доцент кафедри підприємництва і права

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава, Україна

РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Становлення та розвиток ринкових відносин в Україні тісно пов'язані зі збільшенням ефективності діяльності малих підприємств. Малий бізнес як чинник зростання національної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної розвиненої економіки. Проте нині внесок малого бізнесу у розвиток економіки є недостатнім, у тому числі й через недосконале державне регулювання.

Наразі Україна переживає складний процес реформування правової системи та її адаптації до законодавства країн Європейського союзу. Як зазначають науковці, перехід до нового правового регулювання є неоднозначним і суперечливим, особливо багато проблем виникає при вирішенні законодавчого забезпечення підприємницької діяльності. Однак й експерти, й практики – представники бізнесу одностайні у тому, що стимулювання розвитку підприємництва має бути одним з визначальних пріоритетів державної політики.

Про невисоку ефективність державної політики заохочення активізації підприємницької діяльності в Україні свідчать дані щодо стану і динаміки розвитку сектору малого підприємництва. Аналіз статистичних даних оприлюднених Державною службою статистики [1] протягом 2010–2017 років свідчить про значні коливання кількості суб'єктів малого підприємництва протягом досліджуваного періоду. Так найбільшого розквіту мале

підприємництво досягло у 2010 році з показником 2161999 підприємств. На жаль, до 2012 року відбувається значне зменшення їх кількості до 1578879 одиниць. Динаміку розвитку малого підприємництва на території України у 2010–2017 роках зображено на рисунку 1.

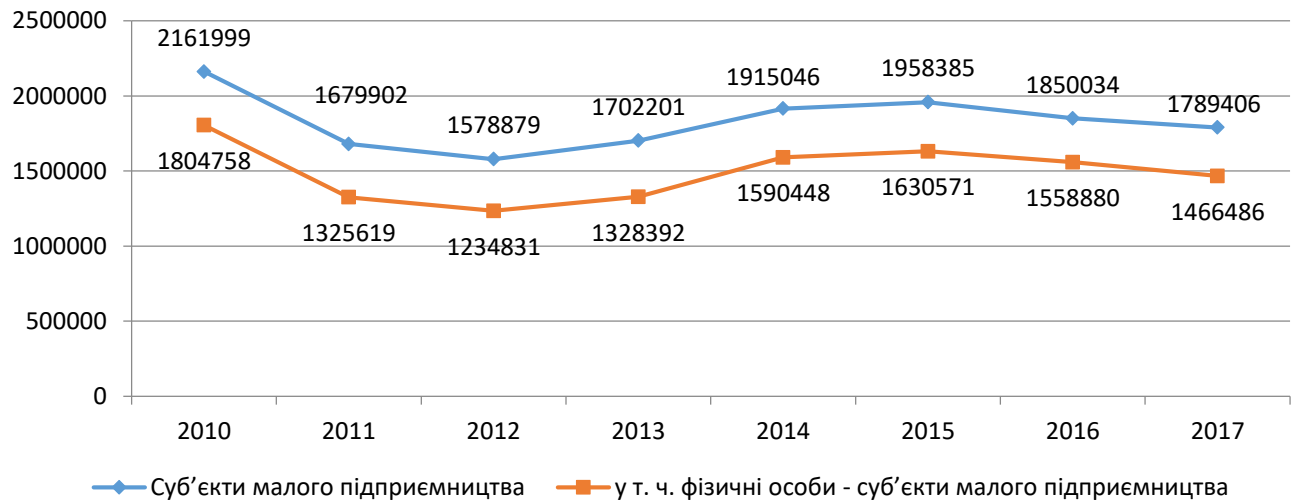


Рис.1. Кількість суб'єктів малого підприємництва у 2010–2017 роках

Як чітко видно із рис. 1, у 2012 році в економіці України існувало лише 1578879 малих підприємств, у тому числі 1234831 суб'єкт малого підприємництва фізичних осіб. Починаючи з наступного 2013 року і по 2015 р. спостерігається позитивна динаміка, зокрема, у 2013 році кількість малих підприємств становила вже 1702201 підприємств, а у 2015 році їх кількість збільшилася до 1958385 одиниць. На жаль, починаючи з 2016 року спостерігаємо негативну тенденцію скорочення кількості малих підприємств на вітчизняному ринку. Станом на початок 2018 р. в Україні нараховувалося лише 1789404 суб'єктів малого підприємництва.

Необхідно визнати, що мале підприємництво за своєю сутністю не володіє тими можливостями, які є у великого бізнесу. У переважній кількості випадків підприємець бере на себе функції керівника, менеджера з пошуку ринків збуту і потенційних партнерів, спеціаліста з технології виробництва товару або послуг і т. д. І всі ці функції – в одній особі. Очевидно, що на малих підприємствах просто неможливо тримати штат управлінців, бухгалтерів. Власнику підприємства доводиться працювати нарівні з найманими працівниками й навіть значно більше. Там, де велике підприємство може найняти десятки фахівців для вирішення тих чи інших проблем, мале підприємство повинно досягати успіху власним вмінням та динамічністю дуже маленького колективу.

Суспільство в особі органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, інших уповноважених державних спеціальних служб має допомагати суб'єктам малого підприємництва. На наш погляд, підтримка державою малих підприємств на стадіях започаткування та розвитку має стати своєрідною форою, покликаною компенсувати вразливість, природну обмеженість можливостей малого бізнесу у порівнянні з великим. Тим самим повинні

вирівнюватися конкурентні можливості малого бізнесу на загальне благо населення країни та її економіки, що є загальноприйнятою світовою практикою.

Логічно припустити, що темпи зростання малого підприємництва в Україні у минулі періоди свідчать про його достатній внутрішній потенціал, а результати аналізу розвитку в умовах сьогодення – про необхідність формування та проведення досконалішої державної політики щодо підтримки малого підприємництва, яка б відповідала стратегічним векторам розвитку економіки.

Цікавою у даному контексті є позиція О. Котляревського, який аналізуючи напрямки формування української моделі активізації підприємницької діяльності, відзначає, що розвиток підприємництва в кожній галузі має свою специфіку, якій мають відповідати заходи стимулювання, що використовуються. Зокрема, науковець доводить, що дієвість політики стимулювання багато в чому залежить від економічного контексту, який передбачає наявність декількох обставин, а саме: лібералізації господарської діяльності (свобода дій підприємців), активізації вільної конкуренції на ринках (антимонопольна політика) і дерегуляції, розширення доступу до капіталу (кредити, венчурний капітал, пільгове фінансування), послаблення фіскального тиску, спрощення адміністративних процедур і здешевлення державних послуг, зміцнення гарантій захисту власності тощо [2]. Усе це, на думку науковця, потребує відповідних інституціональних перетворень, які мають реально забезпечувати покращення умов функціонування бізнесу. Окрім органів влади до вирішення вищезначених проблем пропонується також залучати широкі академічні кола, об'єднання підприємців, ініціативні групи та ін.

Безумовно, участь наукової спільноти має велике значення для розвитку підприємництва в Україні, однак, на наш погляд, найбільш значущим інструментарієм стимулювання підприємницької діяльності все ж таки залишається податковий, який реалізується шляхом надання податкових пільг і преференцій, пільгових ставок орендної плати тощо; і сьогодні, на жаль, доводиться констатувати, що малий бізнес не є пріоритетом державної уваги.

Підсумовуючи вищезначене, можемо зробити висновок, що процес державної підтримки малого бізнесу вимагає адекватної системи її управління, яка повинна гнучко реагувати на зміну ситуації, різноманітні по застосовуванню інструменти й ґрунтуватись на зворотному зв'язку. Створення механізму продуктивної взаємодії між державою та підприємницьким сектором сприятиме ефективному розвитку малого підприємництва в Україні.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> – Назва з екрана.

2. Котляревський О. Формування української моделі активізації підприємницької діяльності / О. Котляревський // Схід. – 2014. – № 4. – С. 20-24.

Дем'яненко Н. В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри
підприємництва і права
Полтавська державна аграрна
академія
м. Полтава, Україна
Гусейнов М. Д. д.е.н., професор,
Азербайджанський державний
аграрний університет

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стратегія управління господарською діяльністю сільськогосподарського підприємства у 2020 р. передбачає комплексний розвиток та збільшення економічної ефективності підприємства в комплексі з підвищенням конкурентоспроможності. Стратегія діяльності ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району Полтавської області розробляється на 5 років, узгоджується зі стратегічним планом Групи «Приват» та підлягає чіткому контролю за її виконанням (табл. 1).

Таблиця 1

Стратегічні напрями розвитку ТОВ «Промінь-Приват», 2013-2017 рр., 2020-2030 рр.

Вид стратегії	Роки	
	2013-2017	2020-2030
Корпоративна стратегія Групи «Приват»	Розвитку (економічного, соціального та екологічного)	Розвитку (соціального, економічного та екологічного)
Ділова стратегія ТОВ «Промінь-Приват»	Стабілізації	Розвитку
Інноваційно-інвестиційна стратегія:	Нішера	Диверсифікації
галузі тваринництва	Традиційна	Наступу
рослинництва	Наступу	Наступу
в соціальній та екологічній сфері	Стабілізації	Змішана

У 2020 р. у ТОВ «Промінь-Приват» реалізовуватимуть стратегію розвитку. Передбачається, що дана стратегія зможе вивести підприємство на лідируючі позиції як в Миргородському районі, так і в Полтавській області.

Реалізація корпоративної стратегії передбачає вибір оптимальних операційних стратегій серед альтернативних. Стратегічний план не догма, природно, він може і повинен при певних обставинах піддаватися модифікації. Проте при цьому необхідно уникати змін плану тільки при появі будь-яких нових обставин. Новий план може бути прийнятий тільки тоді, коли він передбачає одержання вигід, помітно більших, ніж ті, що будуть отримані при здійсненні реалізованого стратегічного плану [2, с. 589].

Отже, важливим етапом в стратегічному управлінні є процес планування, яке передбачає розробку стратегічного плану (табл. 2).

Таблиця 2

**Послідовність розробки стратегії розвитку ТОВ «Промінь-Приват»,
2020 р.**

Термін надання інформації	Зміст інформації, яка надається	Виконавець, що надає інформацію
Вересень-жовтень	Аналіз існуючого стану підприємства. Прогнози та сценарії розвитку зовнішніх та внутрішніх умов (на основі SWOT-аналізу)	Планово-економічний відділ
Листопад	Визначення потенціалу підприємства (виробничої потужності) та прогноз продажу по кожній товарній групі	Операційні відділи спільно з фінансовим. Планово-економічний відділ
Грудень	Визначення стратегічного напрямку розвитку підприємства	Планово-економічний відділ. Стратегічний відділ Групи «Приват»
Січень-лютий	Планування реалізації стратегії. Кошториси витрат на модернізацію (технічне переозброєння, реконструкцію діючого виробництва або купівлю нового виробництва). Аналіз джерел фінансування та прогноз інвестицій: розробка прогнозного бюджету. Зведені розрахунки стратегічного плану із зауваженнями всіх учасників, розробка поточних планів на наступний рік. Затвердження стратегічних і поточних планів, розробка організаційних планів.	Операційні відділи спільно з фінансовим відділом. Планово-економічний відділ. Стратегічний відділ Групи «Приват»
Березень-жовтень	Процес реалізації стратегії	Виконавці – операційні відділи. Контроль – вищі органи управління

Керівникам ТОВ «Промінь-Приват» доцільно більше уваги приділяти оцінці зовнішнього середовища, формуванню довгострокових цілей, прогнозувати дії конкурентів і адекватно реагувати на них, вільно володіючи сучасними інструментами стратегічного планування.

Реалізацію стратегічного плану на рівні підприємства потрібно розподілити на кілька етапів. Так, у вересні-жовтні доцільно здійснити SWOT-

аналіз, у листопаді – визначити виробничу потужність та здійснити прогноз продажу по кожній товарній групі. У грудні пропонуємо визначити стратегічні напрями розвитку підприємства. У січні-лютому – затвердити стратегічні та поточні плани, розробити організаційні плани. Протягом березня-жовтня планується процес реалізації стратегії в рослинництві та постійно в тваринництві [1, с. 208].

Процес стратегічного управління передбачає безперервний річний цикл робіт, в якому братимуть участь практично всі підрозділи підприємства. Як правило, кінцевий варіант плану і бюджету в ТОВ «Промінь-Приват» розглядатиме відділ стратегічного управління, а затверджуватиме плани вище керівництво.

Список використаних джерел

1. Іменко О. М. Стратегічний аналіз в системі управління сільськогосподарських підприємств / О. М. Іменко // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії : зб. наук. праць. – Чернівці : Технодрук, 2017. – Вип. 2 (19) : Економічні науки. – С. 206-212.

2. Мороз Л. І. Проблеми формування та обґрунтування інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства / Л. І. Мороз // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : «Проблеми економіки та управління». – 2008. – № 628. – С. 587-591.

*Демидко А.А.,
магістрант спеціальності «Маркетинг»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Шумкова О.В.,
к.е.н., доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ЗБУТ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

В сучасних умовах загострення боротьби за споживача успіх діяльності того чи іншого сільськогосподарського підприємства та фермерського господарства залежить не стільки від його виробничих і фінансових можливостей, скільки від ефективності їх збутової діяльності.

Нині поряд із сільськогосподарськими товаровиробниками різних організаційних форм, які є юридичними особами, в нашій державі досить успішно функціонують і господарства населення. Такий їх різновид, як особисті селянські господарства (далі – ОСГ), є основною малою формою господарювання в українському селі, яка здійснює не менший вклад в

забезпечення продовольчої безпеки нашої держави, ніж усі інші форми господарювання, адже 43% валової продукції сільського господарства виробляються громадянами на земельних ділянках ОСГ. Ці господарства зайняті у виробництві найбільш трудомістких та найменш рентабельних галузей і забезпечують значну частку у виробництві окремих видів продукції: майже 97% картоплі, 89% овочів відкритого ґрунту, 63% овочів закритого ґрунту, 90% продовольчих баштанних культур, 84% плодово-ягідних культур, 80% молока, 75% м'яса ВРХ, 59% м'яса свиней, 94% м'яса овець та 83% вовни.

У більшості випадків виробництво і споживання сільськогосподарської продукції не збігається ні в часі, ні в просторі. Тому, яким б різноманітним споживчим властивостям не відповідав готовий продукт, на реальний комерційний успіх фермерських господарств може розраховувати тільки за умови раціонально організованого його (продукту) розподілу й обміну, тобто збуту.

Збутову політику фермерських господарств розглядають як цілеспрямовану діяльність, здійснення якої полягає в організації руху потоку товарів до кінцевого споживача.

Збут продукції є найважливішим елементом маркетингової діяльності фермерських господарств, тому що саме на цьому етапі виготовлена продукція потрапляє на ринок і реалізується, а господарство одержує прибутки і відшкодовує витрачений капітал. І тільки реалізувавши товар і одержавши прибуток, господарство досягає кінцевої цілі. А тому досягнення цієї мети є можливим лише за умови одночасного збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). [2 с. 58]

Мета збутової політики – організація системи збуту для ефективного продажу виготовленої продукції. Реалізація цієї мети передбачає:

- розробку стратегії збутової політики господарства;
- вибір ефективних методів збуту;
- вибір певного рівня каналу збуту;
- вибір та обґрунтування типів посередників.

Збутова діяльність фермерського господарства та всі її складові не будуть ефективно функціонувати без вчасно розробленої збутової політики та без відповідно сформованої стратегії збуту. Отже, система збуту, яка керується розробленою у фермерському господарстві збутовою політикою, є засобом, який обумовлює ефективність (чи неефективність) збутової діяльності та забезпечує процес збуту виробленої продукції.

У системі маркетингу організації збутової діяльності відводиться одне з особливих місць. Пояснюється це тим, що тут концентрується результат маркетингової, виробничої й усієї іншої діяльності господарства.

У цілому система збуту співпадає з системою суспільного відтворення, які межують з виробництвом та споживанням:

1. На фазі розподілу відбувається визначення напрямків збуту продукції, шляхом пошуку партнерів, встановлення партнерських зв'язків та укладання угод.

2. У сфері обігу здійснюється обмін, тобто акт, в якому беруть участь не менше двох сторін, кожна з яких бажає отримати від іншої сторони деякий продукт. Сфера обігу включає в себе товарорух, як процес фізичного просування продукції від виробника до споживача, та продаж, як акт безпосередньої передачі покупцеві права власності на товар. Обіг є сполучною ланкою між виробництвом та споживанням продукції і уявляє собою сферу, в якій діє багато організацій та осіб з єдиною метою: доведення продукції до кінцевого споживача.[1 с.147]

Для ефективного управління збутовою діяльністю господарстві необхідно скласти план збуту, головними розділами якого є:

1. Продукція, її види й обсяг збуту по періодах. Планування обсягу збуту здійснюється по видах продукції в натуральних, а потім, після обґрунтування ціни, у вартісних одиницях виміру. Ураховуються асортименти й частка кожного виду продукції, тобто структура продукції, що випускається.

2. Ціноутворення. Всі розрахунки цього розділу проводяться в порівнянних цінах. При визначенні ціни використовують наступні основні методи: витратний («собівартість плюс»); орієнтація на ринкову ціну, тобто ціну, обумовлену співвідношенням споживчого попиту та товарної пропозиції ринку; використання середньогалузових цін; орієнтація на ціни продукції підприємств-конкурентів або цінового лідера.

3. Нові види продукції. Робота з новою продукцією включає ряд етапів, частина з яких стосується безпосередньо маркетингу й збуту: вивчення ринку, підготовка програми ринкових випробувань, підготовка докладного плану маркетингу й т.д.

4. Канали розподілу продукції.

5. Умови збуту продукції. Цей розділ плану збуту передбачає: умови оплати продукції; систему знижок і надбавок; систему господарських зв'язків.

6. Витрати обігу. Розрахунок витрат обігу по збуту може бути частиною загального плану витрат обігу підприємства.

7. Організація збуту, у тому числі сервіс. Розділ складається менеджерами відділу збуту за узгодженням з економічними службами й включає: просування продукції; систему поширення продукції; міри стимулювання збуту; навчання персоналу по збуту; сервісні послуги (до й після продажу).

8. Якість продукції й обслуговування. Цей розділ передбачає дотримання й контроль за обговореними в контрактах стандартами продукції: їхня відповідність діючим стандартам, а також передбаченим моделям, розміру, кольорам, упакуванню й ін.[2 с.60, 3 с.260]

Список використаних джерел

1. Близнюк С.В., Близнюк А.С. Управління маркетинговою діяльністю підприємства: Наукова монографія / С.В. Близнюк, А.С. Близнюк — К.: Зовнішня торгівля. — 2012. — 240 с.
2. Ільченко Т.В. До питання маркетингового забезпечення планування збуту продукції підприємства / Т.В. Ільченко // Економіка та держава. — 2016. — № 4. — С. 57–60.
3. Пархоменко О.П. Прогнозування обсягу збуту як елемент планування розвитку підприємства / О.П. Пархоменко // Вчені записки університету «КРОК». — 2013. — № 33. — С. 258–262.

Дивнич А. В.

судовий експерт відділу економічних досліджень

Костюк В. Б.

головний судовий експерт відділу економічних досліджень

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

МВС України, м. Полтава, Україна

ПРОБЛЕМАТИКА ДОСЛІДЖЕННЯ НЕСТАЧ АКТИВІВ У ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ

У теперішній час на діяльність суб'єктів господарювання – фізичних осіб, що застосовують спрощену систему оподаткування II та III груп (за розподілом, передбаченим п. 291.4 Податкового кодексу України [1]), крім макро- та мікроекономічних чинників, суттєво впливають суспільно-політичні зрушення. В цих умовах ступінь ефективності вирішення класичних внутрішніх бізнес-завдань (планування, організація, мотивація та контроль) набуває критичного значення в контексті підтримання конкурентоспроможності. Дисфункція хоча б одного із вказаних процесів у середньо- та довгостроковій перспективі становить перешкоду для ефективного бізнесу в цілому.

Упродовж останніх п'яти років зайнятість фізичних осіб-підприємців характеризується структурними зрушеннями (рис. 1). Згідно з даними Державної служби статистики [2], з 2015 року чисельність підприємців невинно скорочувалася (у 2017 році – на 164,1 тис. осіб, або 10,1 %), з одночасною зростаючою динамікою кількості найманих працівників (відповідно +201,8 тис. осіб, або +30,8 %). Отже, можливо констатувати про певні коригування бізнес-моделі для суттєвої частини вітчизняних підприємців.

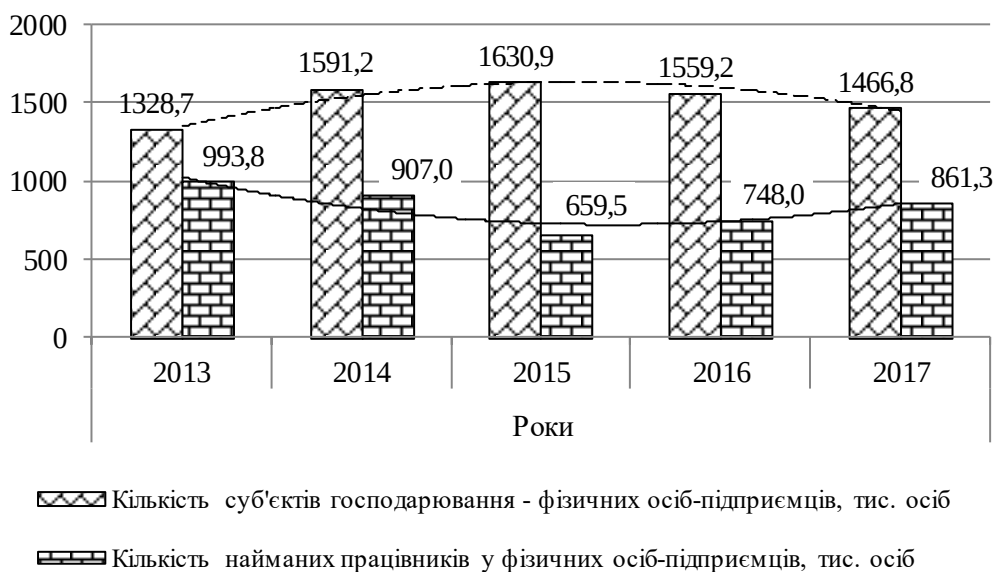


Рис. 1. Динаміка чисельності фізичних осіб-підприємців та найнятих ними працівників упродовж 2013-2017 років, тис. осіб

Джерело: побудовано авторами на основі [2, с. 18]

Залучення найманої праці передбачає делегування повноважень щодо здійснення господарських операцій з грошовими коштами, товарно-матеріальними цінностями тощо. Як зазначалося, економічні процеси часто пов'язані з протиправними діями [3, с. 142]. Викриття та профілактика останніх уможлиблюється, крім іншого, заходами з належного обліку та контролю активів.

Зазвичай суб'єктами господарювання для об'єктивного обліку та запобігання втрат цінностей проводиться інвентаризація. Пунктом 7 розділу I Положення [4] передбачено випадки обов'язковості проведення інвентаризації. Відповідно до нормативного визначення згідно з листом Держказначейства України [5], виявленні розходження між фактичними залишками з даними бухгалтерського обліку є нестачами, утворення яких може мати різні причини, у тому числі – унаслідок розкрадань чи привласнень, здійснених найманими працівниками.

Таким чином, розгляду підлягають: 1) відомості фактичної наявності цінностей згідно з даними проведеної інвентаризації; 2) дані (реєстри) бухгалтерського обліку, на яких відображено наявність та рух грошових коштів, відповідних товарно-матеріальних цінностей тощо, за якими виявлено нестачу.

Проте, на даний час правове підґрунтя бухгалтерського обліку урегульовано суто для юридичних осіб. З даного приводу слід вказати, що, згідно з положеннями ст.51 Цивільного кодексу України [6], до підприємницької діяльності фізичних осіб застосовуються нормативно-правові акти, що регулюють підприємницьку діяльність юридичних осіб, якщо інше не встановлено законом або не впливає із суті відносин. Крім того, ч. 6

ст. 128 Господарського кодексу України [7] встановлено, що громадянин-підприємець зобов'язаний вести облік результатів своєї підприємницької діяльності відповідно до вимог законодавства.

Водночас, сучасна практика господарювання фізичних осіб-підприємців часто обмежується виконанням вимог пп. 296.1.1 та 296.1.2 Податкового кодексу [1] в частині ведення Книги обліку доходів (підприємці II групи) чи Книги обліку доходів і витрат (III групи). Крім того, в експертній практиці мали місце випадки оскарження клопотання експерта про надання додаткових матеріалів з обліковими даними. Аргументація останніх якраз і полягала в наявності лише однієї, прямо передбаченої законом, вимоги про здійснення обліку у Книгах, вказаних вище. Вказана ст. 51 Цивільного кодексу [6] в частині “якщо інше не встановлено законом” надає можливості неоднозначного її тлумачення.

Аналогічна ситуація спостерігається також з відомостями за результатами проведення інвентаризації, обов'язковість проведення якої фізичними особами-підприємцями чинним законодавством не передбачена. Представниками Державної фіскальної служби наголошується на вимогах п. 20.1.9 Податкового кодексу, відповідно до якого контролюючі органи під час перевірки мають право вимагати від платників податків проводити інвентаризацію активів. У даному контексті слід нагадати, що ч. 2 ст. 19 Конституції України [8] передбачено: “Органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України”. Тому, законодавча прогалина у даному питанні стосовно невизначеності процедури інвентаризації для фізичних осіб-підприємців, в комплексі з положеннями Конституції [8], нівелює обов'язковість її проведення для вказаної категорії суб'єктів господарювання.

Таким чином, відсутність необхідного обліку у фізичних осіб-підприємців практично унеможливорює проведення судової експертизи щодо виявлених нестач активів. Вказане створює суттєві ризики при здійсненні підприємницької діяльності. Тому, не зважаючи на відсутність прямих законодавчих приписів щодо обов'язковості ведення бухгалтерського обліку підприємцями, при передаванні активів стороннім особам, у тому числі найманим працівникам, слід вживати заходів з обліку таких операцій. Слід також опрацювати шляхи зниження вартості витрат на здійснення належного обліку.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. Дата оновлення: 01.03.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 11.03.2019).
2. Діяльність суб'єктів господарювання 2017: стат. збірник. За ред. М. Кузнецової. Київ: Державна служба статистики України. 2018. 145 с.

URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/11/zd_2018.pdf (дата звернення: 11.03.2019).

3. Дивнич А. В., Статівка Д. І., Дивнич О. Д. Вплив економічних чинників на сучасний рівень злочинності в Україні та підвищення ролі експерта-економіста у кримінальному провадженні. *Криміналістичний вісник*. 2016. № 1. С. 141-148. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/krvis_2016_1_25.pdf (дата звернення 12.03.2019).

4. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879. Дата оновлення: 18.11.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14> (дата звернення 12.03.2019).

5. Про порядок відображення фактичних нестач грошових, валютних, матеріальних та інших цінностей: Лист Державного казначейства України від 12.05.2004 № 07-04/959-3875. Дата оновлення: 12.05.2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v3875506-04> (дата звернення 12.03.2019).

6. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. Дата оновлення: 04.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення 12.03.2019).

7. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. Дата оновлення: 07.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 12.03.2019).

8. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Дата оновлення: 21.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення 12.03.2019).

Діденко Я.О.

*судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний
центр МВС, м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ТВАРИННИЦТВА ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВО- ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Обладнання для стрижки овець (баранів) в Україні – запорука розвитку вівчарства як окремої галузі тваринництва. Придбання якісної та надійної продукції дозволить максимально ефективно використати кошти, витрачені на обладнання для стрижки овець (баранів).

Вівчарям не обійтися без стрижки свого стада. Нерідко цей процес викликає певні труднощі. Особливо проблематичною стрижка виявляється у випадках з великим числом поголів'я. Машинка для стрижки овець в даний час вельми необхідна річ на фермерському ринку, покликана полегшити життя

фермерам.

Загубитися в різноманітті машинок для стрижки овець дуже легко. Сучасний ринок пропонує безліч моделей на будь-який смак і гаманець. Як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних марок є гідні екземпляри. За результатами випробування часом і якістю фермери зі стажем схвалюють безліч апаратів.

У процесі контролю якості продукції важливе місце відіграє ідентифікація з метою встановлення видової приналежності об'єкта дослідження. Якість ідентифікації обладнання для тваринництва, що оцінюються, багато в чому залежить від повноти та об'єктивності необхідної інформації. Внутрішніми джерелами інформації служать технічні паспорти та описи, стандарти та технічні умови. Ідентифікацію проводять в цілях захисту споживача від недобросовісного виробника (постачальника, продавця).

Об'єктом ідентифікації є машинка для стрижки овець (баранів), яка складається з різального апарату, натискного механізму, ексцентрикового механізму, шарнірного механізму та корпусу (рис. 1).



Рисунок 1 – Фотографічне зображення загального вигляду об'єкта дослідження

Різальний апарат призначений для зрізування вовни. Він складається з двох частин – ножа і гребінки. Гребінка кріпиться до корпусу за допомогою двох гвинтів і має два отвори для утримання тримачем під час загострювання. Натискний механізм забезпечує мінімально необхідний проміжок між робочими поверхнями ножа і гребінки. Ексцентриковий механізм призначений для перетворення обертального руху вала на коливальний рух важеля і ножа. Шарнірний механізм призначений для передачі крутного моменту від гнучкого вала на рухомий валик за будь-якого положення машинки. Корпус з'єднує всі механізми і є водночас руків'ям машинки.

За роботу машинки для стрижки овець (баранів) відповідають потужні двигуни, вбудовані в руків'ях. Леза встановлюються в стандартні гребінки, можуть зніматися для чищення або заточки, змінюватися на нові. Притиснення лез регулюється користувачем.

Для зручності зберігання, переноски, транспортування приладів

комплектацією передбачено спеціальну валізу.

На верхній панелі машинки для стрижки овець (баранів) наявна липка наліпка чорного кольору, на яку нанесено фарбою білого кольору наступне маркування (рис. 2.): модель – N1J-GM01-76; напруга – 220-240V 50Hz; потужність – 320W; кількість обертів – $n_1=28'000/n_2=2'400$.



Рисунок 2 – Маркування машинки для стрижки овець (баранів)

Маркування продукції являється сьогодні важливим інформаційним носієм для споживача та впливає на його рішення покупки. Тому на сьогоднішній день приділяється велика увага законодавства щодо вимог нанесення на вироби маркування, що включає як спеціальну інформацію, так і національний знак відповідності.

Отже, найважливішими технічними параметрами машинки для стрижки овець (баранів) при ідентифікації у разі проведення судово-товарознавчої експертизи є: марка, модель, потужність, маса, габарити, ергономічність та інші додаткові можливості.

Таким чином, правильно проведена ідентифікація товарів дасть змогу виявити та ліквідувати неякісну та невідповідну продукцію на шляху до споживача.

Список використаних джерел

1. Машины і обладнання для тваринництва. Електронний підручник. URL: http://rodak.if.ua/mot/teoria/tema_10.htm.
2. Архіпов В.В. Судово-товарознавча експертиза товарів народного споживання та послуг. Теорія і практика: Навчально-практичний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 306 с.
3. Данько Т.И., Яворская Н.П. ИДЕНТИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ: СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ТОВАРОВЕДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/67.pdf..

Дроботя Я. А.

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ

Ризик – категорія, яка пронизує діяльність всіх економічних, соціальних, політичних суб'єктів сьогодення, йде поруч з окремим індивідуумом. Саме дослідження еволюції поглядів даної категорії надасть можливість більш глибокого усвідомлення даного терміну, що закладе перші основи до усвідомлення важливості ризику, його аналізу та оцінці при прийнятті не лише управлінських рішень, а й рішень окремої особистості стосовно власного життя.

Так, перші історичні згадки стосовно ризику відбулися в «Законах Хамурапі», що сягає близько 2 тис. років до н.е., саме дані закони законодавчо закріпили цей термін.

Надалі до терміну ризик звертаються в епоху античності. Разом з еволюцією світосприйняття здійснювалась і еволюція поглядів на категорію ризик. В античний час ризиком вважались всі події, які піддавались впливу природного середовища, на яке людина не мала впливу, а могла лише пристосовуватись до даного середовища. Отже, ризик був категорією, яка потребувала лише пристосування. Вже за часів античності людина вперше усвідомила, що від ризику можна захиститись формуючи певні «страхові фонди» [2, 4].

В середні віки (V-XIII століття) ризик вже починають пов'язувати із певними діями та рішеннями конкретного індивідуума. Провокацією до даної думки стали морські торгові подорожі на тривалі відстані та втрати понесені внаслідок даних подорожей [2, 4]. Саме в даний час відбулось перше усвідомлення стосовно того, що ризик є категорією на лише пристосування, а й певної боротьби за його зменшення, ухилення від нього.

З особистістю ризик пов'язували і в епоху відродження (XIII (кінець) - XVII століття). За даної епохи з'являються перші спроби оцінки фінансового ризику на базі математичного апарату. Саме епоха відродження стає початком розвитку теорії ризику [2, 4] та закладає ґрунтовні основи боротьби за зменшення ризику, ухилення від нього.

Так, в часи Просвітництва (XVII –XVIII століття) відбувається подальша еволюція стосовно застосування математичного апарату до категорії ризику. Саме за часів епохи Просвітництва відбуваються перші спроби конкретного дослідження ризику в економічній сфері діяльності, зокрема у страхуванні та інвестуванні [2, 4].

Варто також зазначити, що незважаючи на тривалість еволюціонування даного терміну, все ж ґрунтовні дослідження стосовно ризику відбулись лише

у XVIII столітті [2, 4]. Саме в даний час вперше відбулося наукове обґрунтування ризику!

Вже у XIX столітті науковці були впевнені, що ризик, це категорія, яка сто відсотково залежить від конкретного рішення окремої особи, від його знань, вмінь, схильності до ризику. У XX столітті відбувається подальше закріплення уявлень науковців стосовно суб'єктивізму ризику як економічної категорії. Саме у XX столітті виникає усвідомлення про необхідність певних теоретичних узагальнень, концепцій стосовно ризику [2, 4].

Досить цікавим є те, що в Радянському союзі термін «ризик» вважався поза законом (пережитком капіталізму) і взагалі не висвітлювався в будь-якій літературі, навіть більше даний термін взагалі був виключений з енциклопедій та тлумачних словників. Лише така подія як Чорнобильська катастрофа заставила науковців звернутись до терміну «ризик» з позиції техногенних катастроф, а вже потім і з економічної позиції.

Вважаємо, що досить цікавим поглядом на категорію ризик від античності до сьогодення є книга Пітера Л. Бернстайна (1996 р.) «Проти богів: приборкання ризику» [4].

Наприкінці XX на початку XXI століття еволюція поглядів на категорію ризик спрямовується не лише на суб'єктивні чинники, а формується думка, що ризик це певна синергія суб'єктивізму та об'єктивізму [2, 4].

Вважаємо, що ризик, як економічна категорія пройшов тривалий еволюційний шлях від античності до сьогодення на даному шляху ризик отримав математичний апарат оцінки ризику та ймовірності його виникнення, що на сьогодні значно полегшило роботу підприємцям, менеджерам, фінансистам під час прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Бланк І. А. Управление финансовыми рисками : учебник / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2005. – 600 с.
2. Бортнікова Є. В. Історія походження та сутність понять «ризик», «ризик-менеджмент» та «операційні ризики» / Є. В. Бортнікова // Ефективна економіка № 8. - 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1336>.
3. Пікус Р. В. Управление финансовыми рисками : навч. посіб. ; 2-ге вид., виправ. / Пікус Р. В. – К., 2011. – 598 с.
4. Радзіховська Л. М. Сутність поняття «економічний ризик»: ретроспектива та сучасність / Л. М. Радзіховська, О. В. Іващук // Економічний часопис XXI. - № 7. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://soskin.info/userfiles/file/2015/7-8_1/Radzhivovska_Ivashchuk.pdf

Дядик Т.В.

к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Головін Р.

здобувач вищої освіти СВО Магістр спеціальності 051 Економіка

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Міра задоволення потреб населення в продуктах харчування залежить від кінцевих результатів господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. З іншого боку, бути успішними учасниками аграрного ринку можуть бути лише економічно стійкі підприємства, що виробляють якісну конкурентоспроможну продукцію. Соціально-економічний розвиток аграрних підприємств прямо впливає на обсяги ВВП, стан навколишнього середовища, рівень та якість життя населення. Економічний розвиток сучасного підприємства вагомою мірою залежить від відносин власності та форми господарювання, його розмірів; механізму державної підтримки вітчизняного товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках. Відродження і соціальний розвиток села з урахуванням сучасних вимог щодо виробничих, побутових, екологічних та санітарно-гігієнічних умов життєдіяльності сільського населення є нагальною потребою та необхідністю. Україна є світовим лідером за низкою позицій – посідає перше місце з виробництва та експорту соняшникової олії, друге місце України – за експортом зерна й горіхів, третє – кукурудзи та рапсу. Аграрний сектор приносить кожен третій долар, який отримує Україна.

Таблиця 1

Динаміка виробництва продукції сільського господарства України (у постійних цінах 2010 року, мільйонів гривень), 2014-2018 рр.¹

Роки	Господарства усіх категорій			У тому числі					
				підприємства			господарства населення		
	продукція сільського господарства	з неї		продукція сільського господарства	з неї		продукція сільського господарства	з неї	
		продукція рослинництва	продукція тваринництва		продукція рослинництва	продукція тваринництва		продукція рослинництва	продукція тваринництва
2014	251427, 2	177707, 9	73719, 3	139058, 4	105529, 5	33528, 9	112368, 8	72178, 4	40190, 4
2015	239467, 3	168439, 0	71028, 3	131918, 6	99584,7	32333, 9	107548, 7	68854, 3	38694, 4

2016	254640, 5	185052, 1	69588, 4	145119, 0	113392, 6	31726, 4	109521, 5	71659, 5	37862, 0
2017	249157, 0	179474, 6	69682, 4	140535, 2	108601, 1	31934, 1	108621, 8	70873, 5	37748, 3
2018	268570, 9	198685, 0	69885, 9	157561, 1	124720, 1	32841, 0	111009, 8	73964, 9	37044, 9
2018 до	106,8	111,8	94,8	113,3	118,2	97,9	98,8	102,5	92,2

Джерело: розраховано за даними: [1]

¹ Тут і далі дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя, а також без урахування частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Залежно від економічного змісту і цільового призначення результатів діяльності аграрного підприємства, розрізняють такі види їх: валова продукція, товарна продукція, кінцева продукція, чиста продукція і прибуток. Валова продукція сільського господарства – це первісний результат взаємодії факторів виробництва, матеріальна і вартісна основа кінцевого результату, що в натуральній формі представлений усією виробленою протягом року продукцією рослинництва і тваринництва, а у вартісній – оцінений за постійними цінами відповідного року (табл. 1).

Як свідчать дані таблиці, динаміка виробництва продукції сільського господарства України в цілому є позитивною – вартість продукції виробленої усіма категоріями господарств у 2018 р. проти 2014 р. збільшилась на 6,8 %, проте вартість продукції рослинництва збільшилась на 11,8 %, а тваринництва – зменшилась на 5,2 %. Сільськогосподарські підприємства із загальних обсягів у 2018 р. 268570,9 млн. грн, виробили 157561,1 млн. грн, 111009,8 млн. грн – господарства населення, при чому остання скоротили обсяги виробництва на 1,2 %. По всіх категоріях господарств скоротилось виробництво продукції тваринництва.

Лідирує в Україні по виробництву валової продукції сільського господарства Вінницька область (8,4% із загальної вартості валової продукції), 2 місце – Київська область (6,7%) та третє місце – Полтавська (6,6%) (табл. 2).

Таблиця 2

Частка регіонів у загальному виробництві продукції сільського господарства України у 2018 році

Області	Продукція сільського господарства		Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
	у відсотках	місце	у відсотках	місце	у відсотках	місце
Україна	100,0	х	100,0	х	100,0	х

Вінницька	8,4	1	7,8	1	10,1	1
Волинська	2,6	19	2,2	20	3,9	11
Дніпропетровська	5,8	5	5,6	6	6,4	4
Донецька	2,6	20	2,3	19	3,5	12
Житомирська	4,1	13	4,1	13	4,1	9
Закарпатська	1,6	24	1,2	24	2,8	18
Запорізька	3,1	17	3,2	17	2,6	20
Івано-Франківська	2,3	21	1,6	22	4,1	10
Київська	6,7	2	6,1	3	8,5	2
Кіровоградська	4,6	8	5,3	7	2,8	19
Луганська	1,7	23	2,1	21	0,9	24
Львівська	3,8	14	3,3	16	5,2	5
Миколаївська	3,5	16	3,9	14	2,2	23
Одеська	4,4	10	5,1	9	2,5	21
Полтавська	6,6	3	7,1	2	5,1	6
Рівненська	2,7	18	2,5	18	3,2	13
Сумська	4,2	11	4,7	11	3,0	17
Тернопільська	3,7	15	3,8	15	3,2	14
Харківська	5,6	6	6,0	4	4,3	8
Херсонська	4,2	12	4,6	12	3,0	16
Хмельницька	5,5	7	5,6	5	5,0	7
Черкаська	6,0	4	5,3	8	8,3	3
Чернівецька	1,8	22	1,6	23	2,3	22
Чернігівська	4,5	9	5,0	10	3,0	15

Джерело: розраховано за даними: [1]

По виробництву продукції рослинництва на другому місці – Полтавська область (7,1 %), по виробництву продукції тваринництва на другому місці – Київська область (8,5 %). Останнє місце за обсягами виробництва продукції сільського господарства у 2018 р. займає Закарпатська область (1,6%).

Прибуток є джерелом формування власних фінансових ресурсів підприємства, які знову можуть бути вкладені у виробництво та забезпечує рентабельність виробництва, можливості до розширеного відтворення (табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка рівня рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції в сільськогосподарських підприємствах

Роки	Види продукції сільського господарства										
	зерно	насія соняшнику	цукрові буряки	картопля	овочі відкритого грунту	м'ясо великої рогатої худоби	м'ясо свиней	м'ясо овець та кіз	м'ясо птиці	молоко	яйця
2014	25,8	36,5	17,9	9,2	16,7	-35,9	5,6	-52,2	-15,4	11,0	58,8

2015	43,1	80,5	28,2	24,2	47,5	-17,9	12,7	-29,6	-6,1	12,6	60,9
2016	37,8	63,0	24,3	-3,2	19,7	-24,8	-4,5	-35,2	5,0	18,2	0,5
2017	25,0	41,3	12,4	10,0	15,6	3,4	3,5	-39,6	7,0	26,9	-9,0
2017 до 2014, +,-	-0,8	4,8	-5,5	0,8	-1,1	39,3	-2,1	12,6	22,4	15,9	-67,8

Джерело: розраховано за даними: [1]

За останні 4 роки, рентабельність виробництва продукції сільського господарства має таку основну тенденцію – високорентабельне виробництво забезпечує продукція рослинництва, малорентабельне та збиткове – продукція тваринництва. Найвищий рівень рентабельності у 2017 р. аграрні підприємства України отримали по виробництву насіння соняшнику – 41,3 % та 26,9 % – по виробництву молока. Отже, розвиток сільськогосподарського виробництва, формування потужної соціально-економічної бази діяльності аграрних підприємств, можливий на основі інтенсифікації на інноваційній основі, застосуванні прогресивних технологій, форм організації праці та виробництва, націлений на збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення ефективності та конкурентоспроможності продукції, підприємств, галузі.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики. Статистична інформація. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sg/vytr_na%20ver_sg_prod/arch_vytr_na%20ver_sg_prod_u.htm.

Дячков Д. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Москівець Ю. В.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр»

Спеціальності «Менеджмент»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА

Захищеність є передумовою безпеки і основою конкурентоспроможності та стійкості розвитку підприємства. Економічний механізм безпеки підприємства визначається як спосіб перетворення стану небезпеки в захищеність за рахунок ефективного контролю входу ресурсів і виходу продукції, комбінування ендогенних факторів і мобілізації резервів, моніторингу і фільтрації загроз, їх відображення та гасіння. Функція даного механізму – з мінімумом витрат забезпечити безперервне розширене відтворення виробництва та забезпечення протидії економічним загрозам [2, с. 11]. У Конституції України зазначається, що держава повинна дбати як про

власну економічну безпеку, так і про захист прав усіх суб'єктів, зокрема й тих, що провадять підприємницьку діяльність [3].

Сьогодні в умовах ринкових відносин підприємства є економічно самостійними: визначають свою економічну політику, вибирають постачальників, організовують як виробництво, так і збут продукції, повністю несуть відповідальність за результати господарської діяльності, а головними проблемами підприємств в сфері економічної безпеки виступають: банкрутство неефективних підприємств, які не витримують ринкової, зокрема й недобросовісної, конкуренції, відсутність прозорої податкової системи. Крім того, потреба в ефективній кадровій політиці є першочерговою для функціонуючих підприємств. Для забезпечення економічної безпеки для підприємства важливо враховувати розміщення виробничих підрозділів, природні ресурси, трудовий потенціал підприємства, освітньо-кваліфікаційний рівень працівників тощо [1, с. 68].

До внутрішніх чинників, які впливають на діяльність підприємства належать: вид діяльності, досвід, відповідна кваліфікація керівництва і персоналу, наявність відповідних комунікацій для підприємства, форма власності, пропорції між власним і залученим капіталом, інноваційна діяльність, організація виробництва, показники фінансового стану, ефективна маркетингова діяльність. До внутрішніх загроз відносимо наступні фактори: недоліки у виробничому процесі, дефіцит у фінансуванні, низький рівень кваліфікації персоналу підприємства, низький рівень менеджменту. До зовнішніх факторів зарахуємо: стабільність економічної ситуації в країні, рівень конкуренції, частка ринку, постачальники, споживачі, нові технології, державні органи. До зовнішніх загроз відносимо: зменшення купівельної спроможності споживачів, рівень інфляції, сезонні коливання попиту, кризи окремих галузей [1, с. 105].

Побудовою системи економічної безпеки повинне займатися як саме підприємство, так і держава. Шляхами вирішення проблем, пов'язаних з економічною безпекою вітчизняних підприємств є: прийняття чіткої законодавчої бази, активна участь у міжнародних виставках, семінарах, залучення міжнародного досвіду провідних країн, підвищення кваліфікації працівників, підвищення продуктивності праці, наближення рівня оплати праці до показників розвитих країн, забезпечення системи захисту конфіденційної інформації, диверсифікація постачальників, покупців. Тому, на кожному підприємстві повинна бути створена програма визначених дій, спрямованих на створення надійної економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел

1. Донець Л. І. Економічна безпека підприємства : [навч. посіб.] / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.
2. Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы / Н. Капустин // Бизнес-информ. – 1999. – № 11-12.
3. Конституція України. Закон України «Про внесення змін до

Конституції України» № 2222-IV від 8.12.2004 р. : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. – Київ : Велес, 2005. – 48 с.

Єгорова О.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Короленко О.В.

здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» за спеціальністю «Облік і оподаткування»

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ ВПЛИВИ ТРУДОВОЇ ЕМІГРАЦІЇ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Виїзд українців за кордон у пошуках роботи почався ще у 90-х роках минулого століття, але нині масштаби трудової еміграції в Україні набули загрозливих розмірів не лише для її економічного становища, але й для національної безпеки країни.

Про загрозливі темпи відтоку українців свідчать преса, експерти, їх визнають навіть державні посадовці, на жаль лише Державна служба статистики України не проводить відповідні дослідження. Проте, числові дані щодо трудових емігрантів, які наводяться у різних джерелах, суттєво коливаються (від 3 до 5 мільйонів без урахування сезонних працівників).

Масштаби еміграції за 2019 рік, скоріше за все, не тільки не скоротяться, але й зростуть, оскільки з цього року деякі країни ЄС (Польща, Чехія) збільшили квоти на прийом українців, відкрила свій ринок праці Німеччина.

Головною причиною трудової еміграції з України є соціально-економічна – прагнення високооплачуваної роботи та вищого рівня якості життя загалом. Звісно, в останні п'ять років суттєво вплинули на рішення українців виїхати за кордон анексія Криму та воєнні дії на Донбасі. Проте, головною причиною міграції 71% українських трудових мігрантів назвали низьку зарплату в Україні. [1]

В умовах, коли трудова еміграція набирає обертів, важливо вивчати як позитивні, так і негативні її наслідки для України.

Найбільш очевидним позитивним впливом трудової еміграції українців для економіки країни можна назвати значний приплив валютних надходжень, які переказують заробітчани з-за кордону. Так, за підрахунками Національного банку України, суми від таких переказів у 2017 році становили 9 млрд доларів, а за підсумком 2018 року сягнули близько 11 мільярдів доларів. [2] Відмітимо, що ці суми суттєво перевищує рівень прямих іноземних інвестицій в Україну. Переказані кошти підвищують купівельну спроможність населення (сімей трудових мігрантів), тобто стимулюють споживчий попит.

Значні обсяги валюти, що заходять у країну, справляють позитивний вплив на стабілізацію курсу гривни. [3]

Так само серед позитивів трудової міграції – надбання українцями нових знань та вмінь, прискорення розвитку та впровадження інноваційних технологій, краще розуміння умов ринкової економіки розвинутих країн, розширення можливостей для підприємництва (стартовий капітал, ідеї для створення власного бізнесу). Також позитивними наслідками трудової еміграції є розширення світогляду тимчасових емігрантів та вивчення ними іноземних мов.

На жаль, перелічені позитивні впливи є короткочасними, їх дія припиниться якщо мігранти залишаться за кордоном.

Водночас відтік трудових ресурсів за кордон має для України величезні негативні наслідки.

Головним негативним наслідком трудової еміграції є скорочення кількісного та погіршення якісного трудового потенціалу країни. Нестача кваліфікованого персоналу, яка вже зараз спостерігається в Україні, в майбутньому може лише посилитися.

Особливе занепокоєння викликає той факт, що серед мігрантів майже 30 % складають висококваліфіковані фахівці. Як правило, таких спеціалістів запрошують на роботу на постійній основі або на довгостроковий період. Тобто, спеціалісти високого рівня залишають Україну з великою ймовірністю не повернутися. Як наслідок, професійний досвід, знання, набуті в нашій державі та за її рахунок, працюють на інші країни. Якщо розглядати мігрантів як частину трудових ресурсів країни, то потрібно розуміти, що в їх підготовку для потреб власної економіки держава вклала значні кошти. Вартість підготовки фахівця складається не лише з затрат на здобуття спеціальної або вищої освіти, вона включає також вартість дошкільної та загальноосвітньої підготовки, безкоштовний медичний супровід людини впродовж життя, соціальні виплати тощо.

Існуючі темпи еміграції можуть призвести до демографічної кризи в Україні, адже виїзд за кордон молодих людей неминуче призведе до зниження народжуваності та старіння нації. Останнє несе ризики для пенсійної системи країни та рівня соціального забезпечення (до недавнього часу це стосувалось виплат субсидій).

За деякими розрахунками в Україні до 2030 року на одного працюючого припадатиме два пенсіонери і, якщо трудові мігранти будуть сплачувати податки за кордоном, держава буде не в змозі виконувати свої соціальні зобов'язання.

Деякі ризики фінансового характеру бачить і НБУ, в інфляційному звіті якого зазначається, що зростання трудової еміграції може призвести до збільшення інфляції та сповільнення економічного зростання [4].

Переважно нелегальний характер трудової міграції з України, крім додаткового навантаження на систему соціального забезпечення населення,

несе й кримінальні ризики для заробітчан – можливість трудового рабства тощо.

Об'єктивною реальністю залишається погіршення сімейних стосунків через довготривалу відсутність членів родин: у дітей виникає нестача батьківської уваги, деформуються родинні цінності, виховується легковажне ставлення до життя. Враховуючи масштаби трудової міграції, можна лише уявити, яка кількість дітей залишилася без батьківського догляду.

Підсумувавши вищесказане можна зробити висновок, що нинішня хвиля трудової еміграції українців є певним запобіжним клапаном в умовах низьких можливостей працевлаштування на достойні робочі місця на батьківщині. Проблеми з працевлаштуванням в Україні зумовлені багатьма факторами, найважливішими з яких є глибока і тривала економічна криза, військова агресія, безробіття.

Для ефективного регулювання трудової еміграції та її запобігання, українській владі необхідно впроваджувати такі фундаментальні ідеї: найважливішою є зосередження на створенні гідних робочих місць, створювати умови для підвищення рівня зайнятості, зміцнювання інституту влади, підвищувати продуктивність економіки в цілому. Отже, головними чинниками, що знизить трудову міграцію, є створення нових робочих місць з належними умовами праці та її оплатою, обмеження «тіньової» економіки та «тіньової» зайнятості.

Список використаних джерел

1. Жолобович І. Трудова міграція: чому українці їдуть з країни і як їх повернути? / І.Жолобович // 24 Канал [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://24tv.ua/trudova_migratsiya_chomu_ukrayintsi_yidut_z_krayini_i_yak_yih_povernuti_n1026342.

2. Ринок праці України у 2018 році. Аналітично-стат. зб. – К: Держ. Центр зайнятості. – 2018. – 242 с.

3. Позняк О. Групові міграції в Україні: сучасний стан, проблеми, перспективи / О. Позняк // Економічний часопис. – 2018. – № 2. – С. 34-48.

Єременко О. А.

*старший судовий експерт відділу
товарознавчих та гемологічних
досліджень*

*Полтавський науково-дослідний
експертно-криміналістичний центр
МВС України, м. Полтава, Україна*

ІДЕНТИФІКАЦІЯ МОБІЛЬНИХ ТЕЛЕФОНІВ СЕРІЇ IPHONE

Для повної ідентифікації мобільного телефону серії iPhone необхідно враховувати характерні для даних мобільних телефонів ідентифікуючі ознаки,

передбачені виробником, зокрема: корпус, екран, камера, IMEI та серійний номер, задня панель і порти, внутрішнє оснащення, інтерфейс.

У зв'язку з великою популярністю продуктів компанії Apple, зросла кількість підробки її продуктів, особливо мобільних телефонів серії iPhone. До експертних установ часто звертаються громадяни з питаннями про перевірку справжності та оригінальності продуктів компанії Apple.

Корпус. У першу чергу між екраном і корпусом не повинно бути ніяких щілин, люфтів, дисплей має повністю прилягати до основи. Кнопки також повинні бути без люфтів, легко натискатися, з рівним характерним клацанням. Хрускіт і тріск не допустимі – це явна ознака підробки. Зображення логотипів повинні бути з рівними краями, написи повинні бути рівними, читатись без проблем, без помилок. Фарба корпусу має бути нанесена рівномірно, не стиратися і не залишати сліди на руках. Під час виготовлення підробок як правило використовують полімерний корпус замість металевого (алюмінієвого). Відрізнити матеріал можна за допомогою тактильних та звукових відчуттів: алюміній зберігає холод, і якщо по ньому трішки постукає, пролунає характерний металевий звук.

Екран. На iPhone екран завжди глибокого чорного кольору. Якщо екран сірий, він вже не являється оригінальним.

Камера. Об'єктив камери повинен бути рівним і розміщеним у спеціально відведеному місці на корпусі. Пил під склом та другі підозрілі ефекти можуть свідчити про ремонт та розбирання корпусу.

IMEI та серійний номер. Також на корпусі вказаний номер моделі та IMEI (міжнародний ідентифікатор мобільного обладнання, який встановлюється заводом-виробником та є унікальним для кожного мобільного телефону), який можна перевірити на офіційному сайті Apple.

Будь-який справжній iPhone, котрий лежить на полиці магазину, сходить з конвеєра заводу Foxconn (Hon Hai Precision Industry Co. (Ltd.)), оснащений також серійним номером (Serial No.), який складається із 11-ти знаків. Букви і цифри серійного номера несуть в собі інформацію, яка інколи теж може бути корисною – дата виробництва телефону, колір, обсяг пам'яті, модель iPhone і навіть завод, на якому був виготовлений виріб. Ці дані знадобляться для ідентифікації моделі iPhone і для того щоб переконатися в оригінальності виробу.

Місця відображення серійного номеру iPhone:

- серійний номер (Serial No.) можна побачити на коробці телефону;
- у стандартному додатку Налаштування – Основні – Про прилад – Серійний номер;
- у деяких моделях телефону, на лотку для SIM-карти;
- на задній кришці деяких iPhone також є Serial No;
- при підключенні до комп'ютера серійний номер iPhone можна побачити в програмі iTunes.

Приклади нанесення IMEI та серійного номеру наведені на рисунку 1.

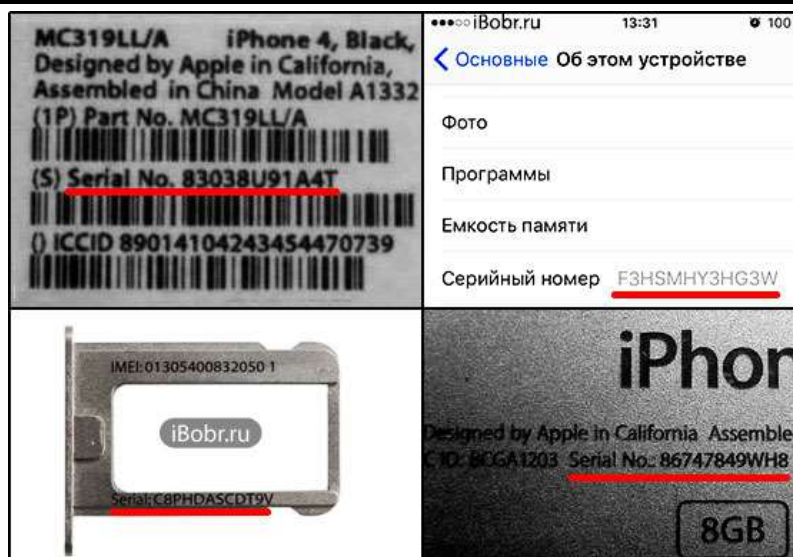


Рисунок 1 – Приклади нанесення IMEI та серійного номеру

У серійному номері iPhone окрім цифр присутні і літери, на відміну від IMEI, в якому наявні лише цифри. Символи серійного номера являються постійними, з моменту виготовлення телефону вони не змінюються, але якщо iPhone знаходився у ремонті офіційного сервісу, то Apple змінює перші символи серійного номеру.

Всі серійні номери iPhone представлені в наступному форматі: AABCCDDDEEF, де:

AA – ідентифікатор заводу, на якому був виготовлений iPhone;

B – рік випуску (цифра – 0 означає, що телефон випущений 2010 або 2020 році, якщо була цифра 9, то рік відповідно 2009 або 2019 і так далі);

CC – виробнича неділя;

DDD – універсальний ідентифікатор;

EE – колір (A4 = чорний);

F – об'єм пам'яті (T = 32GB).

Використавши останні 3 символи серійного номера, можна самостійно визначити модель, колір і обсяг пам'яті виробу, в цьому допоможе список можливих моделей iPhone.

Задня панель і порти. Логотип Apple виконаний із нержавіючої сталі і надійно утоплений в кришку, так як є її елементом. Виступ логотипу над поверхнею не допустимий. Задня кришка не повинна зніматися, корпус iPhone будь-якої моделі – монолітний. На корпусі не повинно бути антен, лишніх портів (крім 3,5 мм і Lightning, а в iPhone 7 – тільки Lightning). У лотку сім-карти iPhone не повинно бути ніяких слотів для карт пам'яті — тільки для SIM-карти (формату Nano).

Логотип в оригінальному та неоригінальному iPhone зображено на рис. 2.



Рисунок 2 – Зображення логотипу оригінального та неоригінального iPhone.

Внутрішнє оснащення. Особливості його зовнішнього вигляду, комплектації та коробки не всі ознаки, які визначають оригінальність iPhone, необхідна перевірка внутрішнього оснащення, зокрема таких як датчики відбитку пальця та розпізнавання обличчя та інші. При включенні телефону екран не повинен мати ніяких відтінків, всі кольори приємні та насичені, навіть під кутом кольори та зображення не змінюються. Оригінальний iPhone має дуже хороші кути обзору, неоригінальний екран можна зразу розпізнати. Інтерфейс iOS повинен мати чіткі шрифти, рівні, квадратні піктограми додатків зі закругленими краями. Робота операційної системи плавна, без «лагів» та ривків. Піктограми додатків в оригінальному та неоригінальному iPhone зображено на рис. 3.



Рисунок 3 – Зображення піктограм додатків в оригінальному та неоригінальному iPhone.

Порт Lightning – повинен містити по бокам охайні болти з різьбою під п'ятигранну викрутку. Ніяких пошкоджень, зривів різби, подряпин не повинно бути. Повзунок (важіль) перемикавання Звук/Вібрація на бічному торці повинен мати чіткий вібровідклик при переключення в тихий режим.

Інтерфейс. У додатку App Store при скачуванні будь-якої програми для iOS ніякого переадресування у браузер бути не повинно, а пошук вказаних програм дозволяє їх встановлення. Але самий дієвий спосіб перевірити оригінальність iPhone і його операційної системи - закатати на комп'ютер додаток iTunes з офіційного сайту Apple. Після підключення смартфона до комп'ютера, програма розпізнає оригінальний пристрій, надавши інформацію про його серійний номер і модель. Цю операцію можна здійснити як в самому магазині так і в спеціалізованих сертифікованих сервісних центрах, а також при зверненні до спеціалістів з програмного забезпечення.

Щоб уникнути придбання підробленої та неякісної продукції, слід звертатися до офіційних представників (магазинів дистриб'юторів), які мають дозвіл на реалізацію продукції Apple. Тільки так можливо уберегти себе від дій шахраїв, які незаконно здійснюють торгівлю підробленими товарами.

Наведені ідентифікуючі ознаки можуть бути використані експертами під час проведення досліджень мобільного телефону iPhone та споживачами під час придбання даних виробів з метою встановлення їх оригінальності.

*Єрмакова Д. В.,
напрям підготовки 6.030509 «Облік і аудит», СВО «Бакалавр»*

*Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗА КОНТИНЕНТАЛЬНОЮ СИСТЕМОЮ: НІМЕЧЧИНА

На сучасному економічному ринку бухгалтерський облік є мовою бізнесу, і дуже важливо, щоб цю мову розуміли всюди, адже кожна країна має свою традицію та менталітет, що впливає і на особливості організації бухгалтерського обліку.

Однією з найпоширеніших систем ведення бухгалтерського обліку є континентальна система, яскравим представником якої є Німеччина та для якої характерним є: жорстке законодавче регулювання обліку; встановлення тісних зв'язків підприємств з фінансово-кредитними установами; підтримання консерватизму в обліковій практиці; уніфікація облікових процедур, документації, звітних форм; надання переваги достовірній оцінці фінансового результату [1, с. 155.].

Порядок ведення обліку спрямований для зовнішніх користувачів, тому звітність складається для банківських організацій, що є основними джерелами фінансових запитів та державного керівництва. Всі правила, що регулюють питання ведення обліку та складання індивідуальної фінансової звітності в Німеччині, відображені Торговельному кодексі, натомість закон про бухгалтерський облік відсутній. У цьому Кодексі міститься повний обсяг

вимог, що пред'являються до індивідуальної фінансової звітності підприємства, та основні вимоги, пропоновані до консолідованої фінансової звітності [2].

У Німеччині на відміну від країн з англо-американською системою обліку законодавчо встановлено типовий план рахунків бухгалтерського обліку. Проте він має рекомендаційний характер. При цьому існує два варіанти плану рахунків: перший – для виробничих підприємств – 8 класів рахунків; другий – для інших сфер діяльності – спеціальний план рахунків – 9 класів рахунків. Кореспонденцію рахунків здійснюють на основі рекомендованих рахунків з урахуванням специфіки конкретного підприємства.

Головними регулюючими органами з питань бухгалтерського обліку в Німеччині є: Інститут присяжних аудиторів, Аудиторська палата та Рада зі стандартів бухгалтерського обліку Німеччини. Отже, органи державного та приватного секторів беруть участь у регулюванні підготовки фінансової звітності в Німеччині. Німецька Рада зі стандартів бухгалтерського обліку є органом приватного сектору, який розробляє стандарти звітності Німеччини для консолідованої фінансової звітності. Загалом, форми та методи ведення обліку у Німеччині на кожному підприємстві обираються окремо залежно від виду діяльності та не обмежуються законодавством, але при подачі звітності повинна бути детально розписана та зроблена по вимогам уряду.

Щодо відношення держави до податків, то у Німеччині держава жорстко контролює це питання, і цікавиться звітністю здебільшого з податкових аспектів. Там розділяють посаду бухгалтера та людини, що нараховує податки, адже для останньої потрібна практика та відповідна кваліфікація, не залежно від розмірів підприємства. Усі податки Німеччини можна розділити на три основні групи: податки на доходи; податки на майно; податки на угоди і споживання [3].

Особливістю облікової системи Німеччини є застосування двох видів звітності – комерційної і податкової, складеної на підставі комерційної, але зміненої відповідно до податкових правил. Комерційний варіант може бути складений у вигляді балансу результатів і балансу майна. Розподіл статей за звітними періодами між суміжними застосовують, складаючи комерційний баланс результатів, разом із відкладеним оподаткуванням. Малі підприємства мають право складати тільки податкову звітність. Великі (багатопрфільні) компанії складають консолідований баланс та звіт про прибуток і збитки.

Також в теперішній час *важко уявити ведення бухгалтерського обліку без комп'ютерів та пакету програмного забезпечення, адже наявність відповідної комп'ютерної програми значною мірою полегшує роботу, зокрема, бухгалтерам, юристам та іншим працівникам підприємств*. Саме тому у Німеччині є свої компанії, що надають подібні послуги. Найпопулярнішою з них є SAP AG, **яка** вміщує в себе великий спектр можливостей, серед яких: автоматизація бухгалтерії, торговельних і складських операцій, кадровий і фінансовий облік. Воно навіть припускає роботу з логістикою, тому й

цінується у всьому світі. Обробляє система абсолютно різні дані, що пояснює її складну структуру [4].

Підсумовуючи вище сказане, можна відмітити, що Німеччина є провідною економічною державою в Європі, яка веде облік для зовнішнього використання та жорстко регулює питання нарахування податків та кваліфікації кадрів.

Список використаних джерел:

1. Шигун М. М. Моделювання в бухгалтерському обліку на макро- та мікрорівнях / М.М. Шигун // Вісник ЖДТУ. – 2008. – № 4/46. – С. 155.
2. Особливості бухгалтерського обліку в Німеччині [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://vipreferat.net/295694-Obsoennostibuhgalterskogo-ucheta-v-Germanii.html>.
3. Особливості облікових систем в країнах Європи – Німеччина [Електронний ресурс] / Назва з титульного екрану – Режим доступу: <http://www.dsbrickworks.com/mzhnarodnij-oblk-ta-audit/169-osoblivost-oblkovix-sistem-vkranax-vropi-nmechchina>.
4. Компанія SAP AG і її програмне забезпечення [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://dss-bi.com.ua/System/810/>.

Желєзняк А.М.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування

Львівський національний аграрний університет

м.Дубляни. Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІМЕЙНИХ ФЕРМ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Сільське господарство на сьогодні залишається однією з небагатьох галузей народного господарства України, які мають не лише вплив на розвиток вітчизняної економіки та формування продовольчої безпеки України, але і відіграє певну соціальну роль в розвитку сільських територій. Аграрний сектор є сферою зайнятості сільського населення, однак як показує багаторічна практика діяльності великих холдингових компаній в аграрному бізнесі, частка зайнятих у сільському господарстві шляхом працевлаштування в цій категорії господарств є незначною. Тому виникає потреба в детальнішому вивченні оптимальних форм зайнятості сільського населення, що сприяли б росту добробуту сільського населення та розвитку сільських територій.

За даними Головного управління статистики у Львівській області у 2018 році в сільській місцевості проживало 39% населення або 987,5 тис. осіб. Водночас у сільському господарстві було зайнято близько 192 тис. осіб або 19,4% сільського населення. На перший погляд статистичні дані для Львівської області є прийнятними, однак враховуючи той факт, що більшість зайнятих в сільському господарстві – це особисті селянські господарства,

фактична ситуація є набагато гіршою. Це пов'язано з тим, що діяльність особистих селянських господарств є неврегульованою, носить ситуативних характер і популяризація сезонної трудової міграції населення Львівщини в Польщу та інші сусідні країни призводить до зменшення частки сільського населення, яке реально займається веденням сільського господарства.

Проблемним аспектом такої діяльності є і той факт, що такі господарства не можуть надавати жодної супровідної документації про якість і безпеку сільськогосподарської продукції, вони не зареєстровані юридично і населення не сплачує єдиний соціальний внесок, їх діяльність жодним чином не впливає на формування надходжень до об'єднаних територіальних громад тощо. Виходом з цієї ситуації є створення сприятливих умов переходу особистого селянського господарства із статусу фізичної особи в правовий статус юридичної особи. Ключове завдання органів місцевої влади та керівників об'єднаних територіальних громад полягає у стимулюванні зацікавленості сільського населення в здійсненні підприємницької діяльності та виборі оптимальної форми реєстрації підприємства.

На сьогодні класифікація підприємств відображена в статті 55 Господарського кодексу України та Законі України від 05.10.2017 р. №2164-VIII, яким внесено зміни до ст. 2 Закону України Про бухгалтерський облік (а саме, додано класифікацію підприємств). Найоптимальнішою формою на нашу думку для переходу у статус юридичної особи для особистих селянських господарств є мікропідприємства.

Таблиця 1

Класифікація мікропідприємств згідно законодавства України

Форма підприємства	Згідно Закону України від 05.10.2017 р. №2164-VIII	Згідно Господарського кодексу України
Мікропідприємства	Мікропідприємствами є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: балансова вартість активів — до 350 тисяч євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) — до 700 тисяч євро; середня кількість працівників — до 10 осіб.	Суб'єктами мікропідприємництва є юридичні особи — суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

Джерело [1, 2]

За даними Головного управління статистики у Львівській області частка мікропідприємств в регіоні за усіма видами економічної діяльності становила

82% у 2015 році і 80,5% у 2017 році. Проаналізувавши дані у сільському господарстві можна зробити висновок, що на галузь у 2017 році припадало всього 8,3% мікропідприємств регіону [3]. Кількість зайнятих осіб в цій категорії підприємств в сільському господарстві становила 2799 чол. у 2017 році, з них найманих працівників – 1965 чол. Всього у мікропідприємствами у сільському господарстві у 2017 році було реалізовано продукції (товарів та послуг) на суму 1235,5 млн.грн. (без ПДВ), що становить 10,3% від обсягів реалізації у галузі. На мікропідприємства в сільському господарстві припадає лише 5,4% обсягів реалізації продукції мікропідприємствами Львівської області.

Незважаючи на виділення цієї категорії підприємств на законодавчому рівні, сільське населення не завжди готове змінювати свій правовий статус. Це пов'язано і з відсутністю знань ведення підприємницької діяльності, і появою додаткових витрат, небажанням займатися підприємницькою діяльністю в сільському господарстві на постійній основі.

Ситуація з стимулюванням розвитку малого бізнесу в сільському господарстві може дещо змінитися у зв'язку з створенням умов для розвитку сімейних ферм. Цей вид підприємницької діяльності є досить популярним в країнах Європейського Союзу.

В Україні поштовхом для розвитку сімейних ферм може стати прийнятий Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання утворення та діяльності сімейних фермерських господарств" від 10.07.2018 р. № 2497-VIII [4]. Згідно внесених змін головою сімейного фермерського господарства без статусу юридичної особи є член сім'ї, визначений договором (декларацією), який має бути зареєстрований як фізична особа - підприємець.

Фактично, завдяки прийнятому Закону України та внесеним змінам до Податкового кодексу України сімейні фермерські господарства переходять в юридичну площину, що відкриває перед ними ряд переваг щодо збуту продукції, підтвердження і отримання пенсійного страхового стажу тощо. Особливістю такої категорії сімейних ферм є те, що вони не можуть використовувати найману працю, а площа сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів фермерського господарства становитиме не менше двох гектарів, але не більше 20 гектарів.

В зазначеному Законі України визначено і механізм фінансової підтримки сімейних ферм у формі доплати на користь застрахованих осіб - членів/голови сімейного фермерського господарства єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування у сумі:

- 1) 0,9 мінімального страхового внеску - перший рік;
- 2) 0,8 мінімального страхового внеску - другий рік;
- 3) 0,7 мінімального страхового внеску - третій рік;
- 4) 0,6 мінімального страхового внеску - четвертий рік;
- 5) 0,5 мінімального страхового внеску - п'ятий рік;

- 6) 0,4 мінімального страхового внеску - шостий рік;
- 7) 0,3 мінімального страхового внеску - сьомий рік;
- 8) 0,2 мінімального страхового внеску - восьмий рік;
- 9) 0,1 мінімального страхового внеску - дев'ятий та десятий роки [4].

На нашу думку, в умовах посиленої сезонної трудової міграції сільського населення в європейські країни, відсутності альтернативних напрямків зайнятості в сільській місцевості, можливість отримання пільги з сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове соціальне страхування і відповідно забезпечення пенсійного стажу є одним з позитивних моментів підтримки сільського населення з боку держави. З іншої сторони, відсутність необхідних знань та досвіду, пов'язаних з веденням бухгалтерського обліку і звітності, дослідженням ринку, обмеженість у фінансових ресурсах тощо є тими негативними чинниками, які можуть знижувати темпи створення сімейних ферм. Тому перспективи розвитку сімейних ферм в Україні наряду залежать від підтримки цього виду діяльності з боку органів місцевої влади, керівників об'єднаних територіальних громад, розробки інструментів SMART-спеціалізації цієї категорії господарств, формуванню переліку нішевих культур та супутніх послуг, які дозволили б вивести сімейні ферми на відповідний рівень прибутковості у сільському господарстві.

Список використаних джерел

1. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" (щодо удосконалення деяких положень) від 05.10.2017 р. №2164-VIII [Електронний ресурс] / Режим доступу - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Основні структурні показники діяльності підприємств-юридичних осіб за видами економічної діяльності у Львівській області [Електронний ресурс] / Режим доступу - http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Dialog/Saveshow.asp
4. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України щодо стимулювання утворення та діяльності сімейних фермерських господарств" від 10.07.2018 р. № 2497-VIII [Електронний ресурс] / Режим доступу - http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T182497.html

Живко З.Б.

*д.е.н., професор кафедри менеджменту
Львівський державний університет внутрішніх справ*

м. Львів, Україна,

Руда О.І.

*к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної безпеки
Львівський державний університет внутрішніх справ*

м. Львів, Україна,

Кухарська Л.В.

аспірант кафедри менеджменту

Львівський державний університет внутрішніх справ

м. Львів, Україна

НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Рівень ефективності функціонування сучасного підприємства в умовах становлення та динамічного розвитку ринкової економіки в Україні залежить від якісного складу кадрового потенціалу, який відповідає сучасним параметрам до нього і формується за допомогою економічних і соціальних заходів, які взаємопов'язані між собою, тобто в результаті управління персоналом. Управління персоналом підприємства спрямовано на створення реальних умов розвитку й використання сформованого потенціалу робочої сили на макрорівні.

Персонал – основна і дуже важлива складова організаційно-економічного механізму функціонування підприємства; це працівники підприємства зі складним комплексом економічних, психологічних та соціальних якостей, а також професійно-кваліфікаційними, віковими та іншими характеристиками. В цілому управління персоналом, яке є центральною компонентою управління підприємством, виступає як управління людьми та їх колективами, тобто по суті є елементом соціального управління, від якого залежить не тільки ефективність використання персоналу на підприємстві, але і соціально-економічна ефективність функціонування конкретного підприємства, як суб'єкта господарювання.

Виклад основного матеріалу. Створення умов для реалізації особистості на підприємстві та реалізації особистих ініціатив забезпечує умови, коли і керівник, і підлеглий сам робить усвідомлений вибір, з одного боку, як результат зваженої особистої мотивації, а з іншого – як усвідомлення, що від його дії залежить кінцевий результат функціонування підприємства.

Увага до персоналу на будь-якому приватному підприємстві, його мотивації, визначається саме тим, що персонал є вирішальним чинником у розвитку малого і середнього підприємництва.

Зокрема, М.П. Бублій зауважує, що роль персоналу для малого і середнього підприємництва має подвійне значення, адже, персонал виконує

стосовно підприємництва такі основні функції: «1) стимулюючи, оскільки через малі та середні підприємства підприємець і співробітник можуть задовольнити свої потреби в самореалізації, досягненні успіху, одержанні прибутку і, як наслідок, – поліпшення умов життя і праці; через малі та середні підприємства індивід може задовольнити особисті і суспільні потреби в нових товарах і послугах, що відсутні на ринку; 2) діяльну, оскільки персонал цих підприємств безпосередньо реалізує і здійснює підприємницьку діяльність, а крім того, через малі та середні підприємства створюються додаткові робочі місця на ринку праці» [1, с. 451].

Стимулювання і мотивація на підприємстві є вищою формою поваги до висококваліфікованих працівників підприємства. Українські економісти серед головних мотиваторів виділяють:

1) соціальний розвиток – просування по службі, отримання певного соціального статусу;

2) особистий розвиток – постійне навчання працівників, отримання нових навичок протягом усього працездатного періоду життя;

3) відчуття причетності – участь в прийнятті важливих рішень на підприємстві, в розробці важливих для колективу проектів, відповідний доступ до виробничої інформації;

4) інтерес і виклик – можливість власної самореалізації, зростаюча зацікавленість [2, с. 64].

Важливим на підприємстві, на наш погляд, повинен стати постійний контроль за роботою персоналу, який повинен здійснюватись на всіх етапах управління персоналом і бути безперервним. Даний вид контролю повинен передбачати проведення оцінювання ділових якостей персоналу підприємства.

Ефективне оцінювання працівників на підприємстві також повинно здійснюватись постійно, при цьому це забезпечує високу ефективність внутрішніх переміщень на підприємстві, прийому на роботу працівників, пропонування на підвищення по посаді, пропонування на винагороду, практикування морального стимулювання тощо. Ефективне оцінювання працівників на підприємстві, з одного боку, передбачає реалізацію концепції людських відносин на підприємстві та розвитку конкретної особистості, а з іншого – використання принципів і методів адміністративного виробничого управління.

Постійне навчання працівників підприємства є нормою сучасної поведінки особистості, оскільки це вимагають ринкові умови – працівник повинен завжди бути конкурентоспроможним на ринку послуг своєї праці. Таке навчання може відбуватись різними методами – за власними програмами, в процесі роботи, за кордоном, у центрах менеджменту. Підвищення кваліфікації і професійне навчання може відбуватись та такими напрямками:

1) первинне чи початкове навчання відповідно до специфіки роботи та завдань організації;

2) навчання, спрямоване на підвищення кваліфікаційного рівня працівника;

3) навчання з метою ліквідації розриву між наявним рівнем підготовки працівника та вимогами посади;

4) навчання за новими напрямками роботи, які передбачені стратегічною програмою розвитку підприємства;

5) навчання з метою засвоєння нових способів та прийомів роботи для виконання трудових операцій.

На наш погляд, цей напрям покращення роботи з персоналом є дуже актуальним для підприємства, яке постійно орієнтується на вимоги ринку і працює над програмою підвищення його конкурентоспроможності.

Не менш важливим серед напрямів покращення роботи з персоналом і дуже актуальним для підприємства є наступний напрям – забезпечення соціального захисту працівників, який в першу чергу реалізується через особистісний розвиток працівників і кар'єрне зростання, тобто просування по службі. Цей процес нерозривний з формуванням системи цінностей особистості, з процесом фізичного, культурного, етичного, духовного і психологічного розвитку людини, процесом набуття навичок праці в трудовому колективі, набуття навичок розв'язання конфліктів та їх попередження. Разом з тим соціальний захист працівників реалізується за допомогою:

- надання матеріальної допомоги тим, хто того потребує, і забезпечення працівникам прожиткового мінімуму;

- забезпечення необхідних умов охорони та безпеки праці на підприємстві;

- захист від факторів, які впливають на зниження життєвого рівня.

Висновки. Для підвищення рівня ефективної діяльності приватного підприємства необхідна наявність сприятливих чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, і насамперед – добре мотивованої команди односторонців із сильним лідером-підприємцем, глибоко зацікавленим в успіху своєї справи. Умовою ефективної роботи підприємства є раціональне управління персоналом, створення оптимальної системи управління персоналом, що враховує особливості стилю взаємодії підприємця – керівника з іншими співробітниками, особливості командної роботи колективу співробітників малих та середніх підприємств.

Список використаних джерел:

1. Бублій М.П. Особливості управління персоналом малих та середніх підприємств. Актуальні проблеми державного управління. № 2, 2012. С. 445-452.

2. Тонюк М. О. Удосконалення процесу управління персоналом підприємства. Економіка і управління. № 4, 2011. С. 61-65.

Живко М. О.

*кандидат юридичних наук, доцент кафедри обліку та аудиту
Філія НУХТ у м. Львові, Україна,*

Босак Х. З.

*кандидат юридичних наук, старший слідчий
Управління Національної поліції у Львівській області,*

м. Львів, Україна,

Вольних А. І.

здобувач вищої освіти,

Українська академія друкарства, м. Львів, Україна

ІНФОРМАЦІЙНА ФУНКЦІЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Вступ. Питання інформаційного освоєння економічного простору та його цінностей, створення інформаційним капіталом державного управління механізмів вирішення протиріччя між захистом інформації та захисту від інформації є вирішальним у визначенні та обґрунтуванні оптимізації інформаційного простору в Україні. Україна будує інформаційне суспільство та докладає значних зусиль на шляху інтеграції до Європейського Союзу. Тому питання управління інформаційними ресурсами з метою забезпечення економічної безпеки держави, підприємництва та особи стоять особливо гостро.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні пропонуємо розглянути особливості інформаційної функції системи управління економічною безпекою підприємства. То ж відразу зазначимо, що лише системний підхід до управління підприємництвом і безпекою в ній, коли всі працівники зобов'язані, особливо в кризових, конфліктних і нестабільних ситуаціях, серйозно відноситися до проблеми забезпечення інформаційної, особистої безпеки і економічної безпеки організації загалом, спричинить позитивні результати діяльності.

До кожного процесу отримання, обробки та аналізу інформації дотичні люди, що робить ці процеси ресурсномісткими та неефективними. Складність забезпечення відповідної реакції на потенційно небезпечні події неминуче призводить до зниження ефективності системи інформаційної безпеки організації. Щоб вирішити ці завдання потрібно створити центр моніторингу та реагування, який будується на регламентах, процесах, кваліфікованих кадрах і грамотному технічному рішенні [1].

Для цього менеджерів і фахівців служби безпеки організації необхідно ретельно освоїти і ефективно застосовувати основні способи управління організацією, персоналом і системою безпеки в підприємницькій діяльності.

Конкурентний механізм ринкової економіки стимулює зацікавлення таємницями підприємств їх конкурентів з метою використання цих інформаційних ресурсів на власну користь. Тобто, спонукає конкурентів використовувати недобросовісні форми і методи конкуренції, які зазвичай

спричиняють відкрите протиборство, знищення матеріальних цінностей, захоплення та привласнення чужої власності. Отже, для нормального розвитку власного бізнесу, підприємець має не лише створити систему безпеки підприємства, але й вміло та професійно управляти нею.

Система безпеки підприємства - це сукупність об'єктів, суб'єктів безпеки і механізму реалізації безпеки, об'єднаних спільною метою і завданнями щодо протидії загрозам та сприяння підприємству в реалізації інтересів на ринку.

Одне з провідних місць в системі економічної безпеки підприємства займає інформаційна складова економічної безпеки. Інформаційна складова економічної безпеки допускає такий порядок взаємного обміну економічними, соціальними, науково-технічними і технологічними відомостями усередині підприємства, з вітчизняними і зарубіжними партнерами, за якого гарантуватиметься належна таємниця ведення бізнесу на користь підприємства.

Інформаційна функція системи економічної безпеки полягає в отриманні системою загалом та її елементами інформації, необхідної для здійснення узгодженої і цілеспрямованої діяльності для досягнення поставленої мети. Вимоги до реалізації цієї функції визначатимуться необхідністю і достатністю що надається споживачеві інформації згідно з його запитами і потребами.

Інформаційна небезпека має місце тоді, коли величина і ймовірність можливого інформаційного збитку більше порогового значення, що вимагає вживання заходів з його запобігання, захисту об'єкту безпеки.

У структурі економічної безпеки особливе місце займає управлінська складова, яка включає комплекс різноманітних умінь, навиків, необхідних менеджерам для реалізації функцій управління не лише системи економічної безпеки, а й підприємства загалом. Виділяють дві основні групи умінь і навиків, якими мають досконало володіти фахівці сфери управління: 1) уміння реалізувати управлінський цикл, направлений на успішне вирішення проблеми, уміння визначати перспективні цілі, раціонально планувати свою роботу і роботу підлеглих, чітко доводити завдання до виконавців, дотримувати режим, не піддаватися буденній рутині; 2) уміння пов'язані з комунікативною функцією: уміння менеджера спілкуватися з людьми, налагоджувати контакти із співробітниками, партнерами, представниками зовнішніх організацій і державних структур; уміння слухати співбесідника, входити в його положення, володіти письмовою і усною мовою, контролювати власні емоції.

В Україні розроблено серію нормативних документів системи технічного захисту інформації, основним з яких є НД ТЗІ 2.5-004-99 "Критерії оцінки захищеності інформації комп'ютерних систем від несанкціонованого доступу". Цей документ використовується при проектуванні та створенні комплексних систем захисту інформації (КСЗІ) державних інформаційних ресурсів, а також ІС, в яких обробляється інформація з обмеженим доступом, вимога щодо захисту якої визначено законом.

Однак, довільна використовувана при проектуванні КСЗІ методологія повинна бути сумісною з основними сучасними стандартами, такими як ISO/IEC серії 27000 [2]. Тому, організаційно-правові засади системи ЗІ в ІС повинні формуватися відповідно до рекомендацій міжнародних стандартів та з дотриманням положень чинного законодавства України.

Висновки. Для побудови збалансованої системи інформаційної безпеки передбачається спочатку провести аналіз ризиків у сфері інформаційної безпеки. Потім визначити оптимальний рівень ризиків для організації на основі заданого критерію. Систему інформаційної безпеки (контрзаходи) щодо захисту інформаційних ресурсів треба побудувати так, щоб досягти заданого рівня ризиків. Слід врахувати, що існуюча нормативно-правова база, яка не окреслює вимог до розроблення політики інформаційної безпеки та оцінювання ризиків в інформаційних системах, повинна бути істотно доповненою. Для цього необхідно або адаптувати стандарти ISO/IEC серії 27000, що дасть можливість для державного або приватного сертифікування систем технічного захисту інформації.

Список використаної літератури.

1. Живко М.О., Вольних А.І., Баворовська О.Б. Основні задачі процесу реагування на інциденти інформаційної безпеки. "Formation of Knowledge Economy as the Basis for Information Society" [Thesis of the 5th International Scientific Seminar] / by M.M. Iermoshenko, I.Y.Shtuler, Z.B.Zhyvko – Kyiv-Vienna: International Academy of Information Science, 2018. – P.47-50.
2. Міжнародний стандарт ISO/IEC 27000 / – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iso.org>

Жидовська Н. М.

*к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
м. Дубляни, Україна*

ФОРМИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ БУРЯКОЦУКРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ АПК

Державна підтримка передбачає цілий спектр економічних функцій, дій, заходів в умовах функціонування ринку, їх зміст, поширення та масштабність визначаються виходячи з пропорції, в якій поєднуються як ринкове саморегулювання, так і державне втручання на окремих стадіях. Це надзвичайно складне питання, вирішуючи яке, доводиться враховувати інтереси товаровиробників, споживачів і держави. Для останньої життєво важливо гарантувати забезпечення попиту на цукор і вироблювану з його застосуванням продукцію для стабілізації ринкової кон'юнктури. Неефективна діяльність у бурякоцукровому виробництві може призвести до того, що держава не отримає необхідних продуктів споживання власного виробництва, що своєю чергою порушить вимоги національної продовольчої

безпеки, посилить ризики, пов'язані з нестачею продовольства чи з іншими форс-мажорними чинниками. Основні форми державної підтримки зображено на рис. 1.



Рис. 1. Класифікація форм державної підтримки розвитку бурякоцукрового підкомплексу*.

*Джерело: власна розробка автора.

Необхідність державної підтримки бурякоцукрового виробництва зумовлена ще й тим, що тут надто великим є термін технологічного циклу виробництва продукції – понад 12 місяців, отже, має місце процес уповільнення обороту капіталу у виробника сировини. Галузь багатофункціональна, оскільки проявляється не тільки у сфері забезпечення потреб населення у продовольстві, а й переробної промисловості у сировині,

експорту – у дефіцитних товарах, екології – у рівновазі тваринного і рослинного світу тощо.

Важливою сферою державної підтримки ринкового розвитку досліджуваного підкомплексу, на нашу думку, є вирівнювання диспаритету цін на сільськогосподарську продукцію, з одного боку, і промислову, що поставляється сільському господарству, на енергоносії, роботи і послуги. Вважаємо необхідним запровадження системи комплексного і взаємопов'язаного підходу до дотримання цінових пропорцій, і не тільки в АПК. Це – розробка єдиної для всіх галузей концепції ціни, що забезпечувала б і єдину методологію їх формування, і врахування об'єктивно діючих законів, існуючих реалій, а заодно – усунення суб'єктивізму, регіональних і приватновласницьких інтересів, політичних і містечкових викрутаків. Недотримання цих вимог і породжує диспаритет цін, які в аграрному секторі формуються стихійно й коливаються навіть за місяцями одного року зі значною амплітудою.

Одна з форм державної підтримки ринкового розвитку бурякоцукрового підкомплексу – лібералізація і протекціонізм у сфері зовнішньоекономічної діяльності, дві суперечливі тенденції, що мають поширення у світовій торгівлі, що діють на зовнішньому і внутрішньому ринках. Як чинник державної підтримки ринкового розвитку, лібералізація – це митна політика, коли експортований цукор не обкладається вивізним митом, а його обсяги не обмежуються.

Протекціонізм є чинником, коли держава застосовує низку дій, спрямованих на обмеження імпорту, й цим самим створює бар'єр щодо конкуренції товарів зарубіжних виробників цукру. А вони, як правило, вищої якості й широко розрекламовані, мають попит у споживачів. Доступнішою може бути і їх ціна порівняно з роздрібними на внутрішніх ринках споживчих товарів.

Безперечно, застосування перелічених напрямів державної підтримки ринкового розвитку щодо експортно-імпортних операцій вимагає гармонізації українського законодавства із вимогами міжнародного. Тут нормативно-законодавча база повинна враховувати дві основні вимоги: перша – дотримання умов і шляхів реалізації механізмів регулювання торгівлі відповідно до вимог світових виробників; друга – забезпечення адресності переваг і результатів із тим, щоб доходи надійшли товаровиробникам і переробникам, а не осіли в кишнях посередників, перекупників тощо.

Список використаних джерел

1. Жидовська Н.М. Агропромислова інтеграція бурякоцукрового підкомплексу. Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма). - Полтава: ПДАА, 27 березня 2018 р. – С. 92-95. (0,2 друк. арк.).

2. Яцків М.І., Сиротюк Г.В., Жидовська Н.М. Ефективність функціонування бурякоцукрового підкомплексу АПК і напрями її підвищення / монографія. Л: Сполом, 2010.

*Жилін Д. Г.
здобувач вищої освіти спеціальності 051 Економіка
ступеня магістр
Демиденко Л. М.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІ РОСЛИННИЦТВА В УКРАЇНІ

Рослинництво відіграє винятково важливу роль у формуванні продовольчої безпеки України, оскільки воно забезпечує населення продуктами харчування, тваринництво – кормами, харчову, переробну і легку промисловість – сировиною, зовнішню торгівлю – експортними товарами. Проте на сьогоднішній день багато рослинницьких галузей перебувають у досить важкому стані, є низько прибутковими, що й потребує опрацювання заходів з підвищення їх ефективності у сільськогосподарських підприємствах.

За 2013 – 2017 рр. спостерігалось зменшення площі з якої зібрано врожай зернових культур у сільськогосподарських підприємствах на 9 % і дорівнює 10509,7 тис. га (66,2 % посівної площі). При цьому зібрана площа цукрового буряку збільшилася на 35,5 % до 294,1 тис. га або 1,9 % посівної площі товарних культур. У той же час зібрана площа соняшнику збільшилася на 20,4 % до 4980,6 тис. га, питома вага даної культури збільшилася до 31,3 %, що свідчить про нераціональність структури посівних площ. В Україні спостерігається стійке зменшення зібраної площі картоплі, культур овочевих, культур плодових та ягідних [5, с. 89].

У структурі посівної площі культур у сільськогосподарських підприємствах України найбільшу питому вагу займають культури зернові та зернобобові – 54,9 %. Серед зернових та зернобобових культур чільне місце належить пшениці – 46,2 %, кукурудзі на зерно – 32,8 %, ячменю – 12,3 %, тоді як на зернобобові припадає 4,3 %. Друге місце у структурі посівних площ займають культури технічні – 41,4 %. Серед технічних культур провідне місце займає вирощування соняшнику – 63,0 % та сої – 23,0, менше значення мають ріпак та кольза – 9,7 % і цукрові буряки – 3,7 %. Частка кормових культур у зв'язку зі скороченням галузі тваринництва постійно зменшується і 2017 р. дорівнює 3,4 %. Серед кормових культур найбільшу питому вагу займають кукурудза кормова та багаторічні трави на сіно та на зелений корм [5, с. 90].

Важливою умовою зростання економічної ефективності галузей рослинництва є підвищення урожайності всіх сільськогосподарських культур і зниження матеріально-грошових затрат на виробництво та реалізацію

продукції (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка урожайності сільськогосподарських культур у
сільськогосподарських підприємствах України, 2013 – 2017 рр., ц/га**

Показники	Роки					2017 р. до 2013 р.	
	2013	2014	2015	2016	2017	абсолютне відхилення, (+,-)	відносне відхилення, %
Культури зернові та зернобобові	43,0	47,5	43,8	50,0	45,6	2,6	6,0
Буряк цукровий фабричний	419,4	490,2	448,2	494,0	484,1	64,7	15,4
Соняшник	22,8	20,5	23,0	23,5	21,3	-1,5	-6,6
Картопля	221,2	256,4	198,6	212,1	238,4	17,2	7,8
Культури овочеві	312,3	346,4	363,4	382,7	435,3	123	39,4

Джерело: розраховано автором за [1; 2; 3; 4; 5]

Виходячи з даних наведених у табл. 1 можна зазначити, що урожайність зернових та зернобобових культур у сільськогосподарських підприємствах України у 2017 р. порівняно з 2013 р. збільшилася на 2,6 ц/га (6 %), однак зменшення посівної площі зумовило зменшення виробництва зерна на 3,5 %.

Урожайність буряку цукрового збільшилася на 64,7 ц/га (15,4 %) і становить 484,1 ц/га, при цьому урожайність соняшнику зменшилася на 1,5 ц/га (6,6 %) до 21,3 ц/га. Урожайність картоплі, культур овочевих та культур плодівих і ягідних мала тенденцію до збільшення, однак виробництво картоплі зменшилося на 34,9 %.

При цьому незважаючи на зменшення урожайності соняшнику його виробництво за аналізований період збільшилося на 12,2 % і дорівнює 10596,7 тис. т.

Слід відмітити, що упродовж останніх п'яти років у складі витрат на виробництво продукції рослинництва відбулися певні зміни. У структурі матеріальних витрат, що формують собівартість продукції рослинництва, у 2017 р. порівняно з 2013 р. збільшилася питома вага витрат на мінеральні добрива – на 6,9 в.п., запасні частини, ремонт і будівельні матеріали для ремонту – на 2,4 в.п., насіння та посадковий матеріал – на 0,1 в.п. При цьому частка витрат на паливо і мастильні матеріали зменшилася на 0,2 в.п., що обумовлено активним застосуванням енерго- та ресурсозберігаючих технологій, а частка витрат на оплату послуг і робіт, виконаних сторонніми організаціями зменшилася на 9,6 в.п.

Середні ціни на реалізацію продукції рослинництва мали стійку тенденцію до зростання. Так, ціна реалізації зернових та зернобобових культур зросла у 2,9 рази, олійних культур – у 3 рази, цукрових буряків – 2,1 рази.

Вцілому по сільськогосподарських підприємствах України спостерігається підвищення ефективності виробництва продукції

рослинництва (рис. 1).

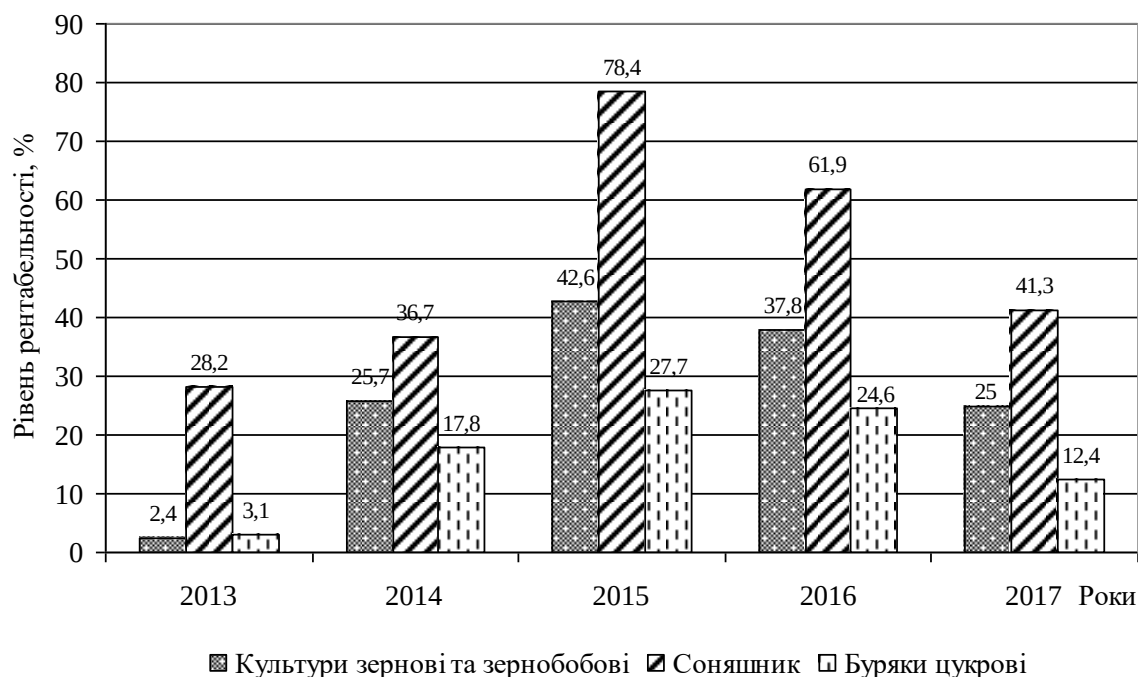


Рис. 1. Динаміка рівня рентабельності виробництва продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах України, %
Джерело: розраховано автором за [1; 2; 3; 4; 5]

Так, рівень рентабельності виробництва культур зернових та зернобобових збільшилася на 22,6 в.п. і становить 25 %, ефективність виробництва насіння соняшнику – на 13,1 в.п. до 41,3 %, ефективність виробництва буряків цукрових – на 9,3 в.п і дорівнює 12,4 %. У рослинництві традиційно певний інтерес представляє аналіз рівня рентабельності виробництва двох стратегічно важливих для економіки будь-якого господарства сільськогосподарських культур – зернових і соняшнику.

Список використаних джерел

1. Сільське господарство України за 2013 рік. Статистичний збірник / за ред. Н. С. Власенко. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 390 с.
2. Сільське господарство України за 2014 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України. 2015. 379 с.
3. Сільське господарство України за 2015 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2016. 360 с.
4. Сільське господарство України за 2016 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2017. 246 с.

5. Сільське господарство України за 2017 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2018. 245 с.

6. Витрати на виробництво продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах у 2017 році / Держ. служба статистики України. URL.: www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення 15.01.2019).

Жмайлова О. Г.

к.е.н., доцент кафедри статистики, аналізу та маркетингу

Звягінцев Б.Ю.

студент

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

У сучасних умовах функціонування підприємницьких структур малого бізнесу маркетингові дослідження виступають комплексною діяльністю, яка покликана у найкоротші терміни вирішити проблеми, що постали перед підприємством, сприяти інформаційній обізнаності щодо ситуації на ринку.

В науковій літературі та практичній сфері маркетингові дослідження ринків збуту продукції підприємств малого бізнесу здійснюються за трьома напрямками: 1) маркетингові дослідження ємності ринку збуту продукції; 2) маркетингові дослідження кон'юнктури ринку збуту продукції; 3) маркетингові дослідження конкурентного середовища підприємства [1].

Ринковий потенціал збуту (визначається ємністю ринку) є невід'ємним сегментом маркетингових досліджень споживчого ринку. Саме вивчення ємності є основою для проведення подальших маркетингових досліджень попиту, пропозиції, здійснення прогнозів та розробки планів по веденню бізнесу.

Складовими елементами ринкового потенціалу підприємства є: частка на ринку; виробничі та товарно-збутові потужності; ресурсне забезпечення; товарооборот та асортимент за конкретний період часу; прибутковість та рентабельність за конкретний період часу; інвестиційний потенціал, окупність інвестицій, результати інноваційної діяльності, витрати часу на розробку нового товару; науково-технічний та трудовий потенціал і його ефективність; фінансово-кредитні ресурси; середня тривалість життєвого циклу товарів підприємства; рівень сервісу; наявність розгалуженої мережі представництв; імідж та репутація підприємства, бренд продукції [2].

Серед найбільш поширених методичних підходів кількісної оцінки ємності ринку є: виробничий метод визначення ємності ринку; визначення ємності ринку на основі галузевого росту; метод індексу дослідницької панелі;

метод на основі індексу купівельної спроможності; метод на основі норм витрачання товару; метод сумування первинних, повторних та додаткових продажів [1].

При виробничому методі основою формалізації визначення ємності ринку виступають структурні характеристики ринку, а саме: обсяг виробництва продукції, обсяг імпорту продукції, обсяг експорту продукції, зміна обсягів складських запасів. Виходячи з цього, формула для оцінки ємності ринку набуває наступного вигляду (1):

$$E = V + V_i - V_e + \Delta V \quad (1)$$

де E – сумарна ємність ринку;

V – обсяг виробництва продукції за розглянутий проміжок часу;

V_i – величина обсягу імпорту продукції за розглянутий проміжок часу;

V_e – величина обсягу експорту продукції за розглянутий проміжок часу;

ΔV – величина зміни обсягів складських запасів продукції за розглянутий проміжок часу.

Паралельно з зазначеним методом визначення ємності ринку, ще одним методом, який в межах своєї формалізації використовує вже наявне значення ємності ринку є підхід на основі індексу купівельної спроможності. Даний підхід прийнято вважати специфічним методом визначення ємності саме регіонального ринку за умови наявності даних сумарної ємності досліджуваних ринків. Розрахунок показника проводиться на основі наступного математичного співвідношення (2):

$$E_p = E \times I_{cp} \quad (2)$$

де E – ємність ринку попереднього періоду, взята за базу порівняння;

I_{cp} – індекс купівельної спроможності ринку.

Особливістю даного методу виступає корегування вже існуючого значення ємності ринку на індекс купівельної спроможності, що спричиняє складності, як в ідентифікації адекватного методу діагностики власне показника ємності ринку, так і пошуку справедливого значення індексу купівельної спроможності ринку. Традиційний підхід до проведення маркетингових досліджень ринку збуту продукції підприємств сфери послуг передбачає відокремлене дослідження та оцінювання попиту та пропозиції на ринку (вартісна та/чи натуральна оцінка обсягів купівлі та продажу виробів та послуг) та відокремлене відстеження динаміки факторів, що впливають на них.

Таким чином, зважаючи на те, що ринок послуг України є нестабільним та мінливим, для підприємств цієї сфери найважливішим завданням є здійснення маркетингових досліджень ринків збуту продукції (виробів, послуг) з метою виявлення особливостей, умов та характеристики середовища ринку.

Список використаних джерел

1. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності підприємств: / І.А. Абрамович // Агросвіт. – 2014. – № 4. – С. 25-28.
2. Науменко С. М. Маркетингові дослідження у зовнішньоекономічній діяльності/ С. М. Науменко, К. О. Гапша // Молодий вчений. – 2014. – №6. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/6/48.pdf>

Жмайлова О.Г

к.е.н., доцент кафедри статистики, аналізу та маркетингу

Демченко М.І.

студент

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ПОКАЗНИКИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Діяльність будь-якого підприємства завжди пов'язана з поняттям асортименту товару, який воно виробляє та показниками його оцінювання. Ефективність управління асортиментом і його планування полягають в тому, щоб реалізувати реальні та потенційні можливості підприємства в такому поєднанні виробів, що задовольняє потреби покупців на високому рівні та забезпечує підприємству достатній прибуток. Система управління асортиментною політикою підприємства є залежною від усіх елементів процесу виробництва, від якості роботи на всіх стадіях відтворення, від ефективного використання всіх видів ресурсів та інших факторів [1].

На сьогоднішній день дослідити особливості існуючого асортименту виробів та охарактеризувати асортимент товару в різних аспектах можливо за допомогою використання наступних критеріїв [2]:

- показники, що характеризують асортиментну політику підприємства: ширина; насиченість (повнота); новизна; стабільність; раціональність; структура асортиментів; глибина; гармонійність асортименту;

- показники фінансових результатів асортиментних груп товарів: рівень окупності; прибуток по товарній категорії; коефіцієнт внеску на покриття; точка беззбитковості; операційний важіль; запас фінансової міцності;

- показники оптимізації структури асортиментів: обмеження за обсягом продажів; обмеження по виробничих потужностях; обмеження по доступності ресурсів; обмеження за ціною; критерій оптимізації при розробці обмежень; обмеження по товарних запасах; ритмічність реалізації товарів;

- регламентуючі показники асортименту: відповідність продукції ДСТУ; органолептичні показники та показники безпеки;

- якісні показники ринкової адекватності товарів: визначення сили марки; відповідність перевагам споживачів; відповідність перевагам

роздрібної торгівлі; етапи життєвого циклу товарів; становище в матриці БКГ; конкурентоспроможність товару.

Поняття асортименту тісно пов'язане з поняттям структури асортименту і асортиментної (номенклатурної) позиції. Структура асортименту – це його характеристика по кількісному співвідношенню видів продукції і їх частки загалом, випуску, вираженому в грошових або натуральних одиницях. Асортиментна (номенклатурна) позиція являє собою конкретну модель, марку або розмір продукції. Ефективність управління асортиментом продукції впливає як на маркетингові позиції підприємства в цілому, так і на його фінансове становище. Для споживача оптимальний асортимент – це сукупність товарів, що максимально задовольняють потреби, а для виробника – це набір товарів, реалізація якого дозволяє підприємству досягнути максимально ефективного функціонування [3].

Структура «оптимального» асортиментного портфелю більшості підприємств включає: ексклюзивний (унікальний) асортимент, обов'язковий (базовий) асортимент, імпульсний (сезонний) асортимент, додатковий асортимент. Вчасне оновлення асортименту продукції (послуг) із урахуванням зміни кон'юнктури ринку є одним із важливіших індикаторів ділової активності підприємства та його конкурентоспроможності.

Розрахунок показників виконання плану по асортименту можна провести трьома способами [2]:

1. «Спосіб найменшого відсотка» – при його застосуванні в якості загального відсотку виконання плану за асортиментом приймається найменший відсоток виконання плану серед усіх видів продукції (виробів).

2. «За питомою вагою у загальному переліку найменувань видів продукції (виробів), за якими виконаний план випуску продукції» – базується на розрахунку співвідношення кількості виробів з повним виконанням плану та кількості планових позицій.

3. «За допомогою середнього відсотка виконання плану за асортиментом», який передбачає розрахунок відношення загального фактичного обсягу випуску продукції в межах плану та загального планового обсягу продукції.

Отже, в умовах економічних перетворень ці показники та методи є вагомими регуляторами ефективності системи управління товарним асортиментом підприємства, що сприяє системному комплексному вивченню їх взаємозв'язку, визначенню узагальненого впливу цих факторів на рівень конкурентоздатності та послідовному зростанню конкурентних переваг підприємства (галузі, регіону, країни).

Список використаних джерел

1. Таранов Д. М. Оцінка ефективності діяльності компанії в сучасних умовах ведення бізнесу. / Д. М. Таранов // Економіка АПК. – 2014. – № 4 (210). – С. 169-174.
2. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2012. – С. 928.
3. Стрілець В.В. Товарний асортимент як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. / В.В. Стрілець // Економічні перспективи підприємництва в Україні: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної Інтернет - конференції 27-28 жовтня 2016р. – м. Ірпінь, 2016. – С.535-539.

Жмайлова О.Г.

к.е.н., доцент кафедри статистики, аналізу та маркетингу

Вакуленко В. С.

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ В АНАЛІЗІ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

З розвитком теоретичних і практичних досліджень в діяльності підприємницьких структур з'явилися нові напрямки, пов'язані з управлінням товарним асортиментом. Досягнення оптимальності в асортиментній політиці передбачає комплекс заходів, об'єднаних спільною метою, яка полягає в досягненні найкращої комбінації кількісних і якісних показників результативності діяльності компанії. Від збалансованого асортиментного портфеля безпосередньо залежить дохід підприємства, тому для більшості підприємницьких структур питання використання методичних підходів в аналізі управління асортиментом є найбільш актуальним.

Серед основних способів і методів дослідження управління асортиментом застосовують методи економічного аналізу асортименту, які передбачають використання таких показників економічної ефективності як: точка беззбитковості, коефіцієнт вкладу на покриття, операційний важіль і запас фінансової міцності. Більш того, в рамках даного підходу також існують комплексні методики економічного аналізу асортименту: АВС-аналіз, XYZ-аналіз, метод Дібба-Симкина, ін. Як зазначають дослідники, перевагами АВС-аналізу є те, що він дозволяє визначити низькорентабельну продукцію, а XYZ-аналіз продукти з нерегулярним споживанням і непрогнозованими коливаннями попиту [1]. Більшість підприємств у використанні поєднують обидва ці методи, що дозволяє їм підвищити ефективність системи управління асортиментом. Серед недоліків методів залишається те, що вони ґрунтуються на аналізі результатів і динаміки продажів, а такі важливі і, часом, вирішальні чинники, як сезонність, певний етап життєвого циклу продукту, рівень завантаженості виробничих ліній залишаються не врахованими. Враховуючи ці обставини, багато вітчизняних і зарубіжних економістів пропонують свої

варіанти посилення або конкретизації даних методів, прийнятих в науці в якості базових. Більшість сходиться на тому, що для оцінки асортименту найбільш ефективним є використання багатокритеріального аналізу [2].

Зазначимо, що методи, які використовуються для аналізу ринкової стратегії передбачають здійснення конкурентоспроможної діяльності за умови надання належної уваги змінам кон'юнктури ринку, поведінки конкурентів, аналізу змін державному регулюванню, т. ін. Тобто, найбільш поширеними інструментами в даній категорії є: концепція життєвого циклу товару, розрахунок індексів економічної кон'юнктури, концепція кривої досвіду, SWOT-аналіз, розрахунок п'яти сил конкуренції Портера [3]. Найбільш популярним методом, що використовується в більшості великих компаній при формуванні асортиментної політики та продуктової стратегії, є SWOT-аналіз. Звичайно, в даному аналізі проводиться комплексне вивчення і сильних, і слабких сторін асортименту підприємства, але при його використанні фінансові та статистичні дані, які є основними в методах економічного аналізу асортименту, виступають як другорядні.

Дані методи дозволяють сформулювати альтернативи асортиментної стратегії, виходячи з цільових установок підприємства. Оптимізувати товарний асортимент не тільки по відношенню до зовнішнього середовища і до цілей підприємства, а й до його ресурсів і можливостей покликані наступні моделі [3]: матриця «зростання / частка ринку» Бостонської консультативної групи; модель Arthur D. Little / Life-Cycle (ADL / LC); матриця General Electric - McKinsey; концепція стратегічного управління Hofer / Schendel (матриця Хофера); «матриця спрямованої політики» (DPM - Direct Politic Matrice), розроблена компанією Shell.

Дана група методів аналізу асортименту, певною мірою, схожа з методами попередньої групи, тому до її недоліків також можна віднести те, що вона може бути застосовна в рамках розробки продуктової стратегії, ніж в оперативній роботі з управління асортиментом. Метод розробки плану продажів передбачає використання таких методів математичного моделювання як: оптимізаційні лінійні і нелінійні моделі, динамічні моделі, імітаційні моделі, балансові моделі і т.д. Даний підхід гарний в поєднанні з іншими методами, що дозволяють аналізувати не тільки фактичні та планові дані з продажу поточного асортименту, а й враховувати ринкову ситуацію, активність конкурентів, внутрішній стан підприємства і т.д.

Поряд з цим, існує управління асортиментом по товарних категоріях (категорійний менеджмент). Категорійний менеджмент – система управління асортиментом, в основі якої лежить виділення в структурі асортименту товарних категорій з подальшим управлінням ними як самостійними бізнес-одиницями. Цей метод останнім часом набуває популярності серед українських підприємницьких структур і ґрунтується на двох правилах:

1) споживач – основна цінність, вся діяльність орієнтується на максимальне задоволення його запитів;

2) категорія є самостійною бізнес-одиницею, вона передбачає наявність єдиної особи, відповідальної за все, що відбувається в рамках категорії.

Категорійний менеджмент дозволяє досягти помітних результатів за рахунок детального дослідження факторів, що впливають на конкретний товар або товарну групу.

До основних завдань категорійного менеджменту відносять: аналіз ринку товарів і послуг з визначенням продукції, яка максимально задовольняє потенційний попит покупця; оптимізацію складських запасів і товарних потоків на основі виявлення і реалізації продукції підвищеного попиту; чітке розбиття товарних груп на категорії; оптимізацію управління фінансами в кожній категорії товарів; розробку чіткої асортиментної політики; визначення правильного позиціонування товару в категорії; аналіз впливу різних груп товарів як в категоріях, так і між ними; врахування інтересів виробників, постачальників, покупців.

Відзначимо, що категорійний менеджмент передбачає формування комплексного підходу до розвитку окремої бізнес-одиниці, що виводить підприємство з розгалуженою торговельною мережею і асортиментом товарів на якісно новий рівень за рахунок орієнтації на максимальну задоволеність споживачів і збільшення маржинального доходу від продаж.

Таким чином, використання тих чи інших методичних підходів в аналізі товарного асортименту, як свідчить практика, залежить від масштабів збуту, специфіки продукції, яка виробляється підприємством, цілей і задач, що стоять перед виробником. Аналіз не повинен концентруватися на одній групі показників. Їх різноманітність та узагальнення при вивченні управління асортиментом припускає координацію взаємозв'язаних видів діяльності підприємства, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами, стимулювання попиту та дозволяє вибудувати рейтинг товарного асортименту продукції по базовим критеріям: обсяг продажів, прибуток. За допомогою цього можна виявити «сильні» і «слабкі» продукти і відсікти ті, чий продажі вносять найменший внесок в загальний продаж. Тяжкість рішення даної задачі полягає в складності об'єднання всіх цих елементів для досягнення кінцевої мети – оптимізації асортименту, з урахуванням поставлених стратегічних ринкових цілей підприємницької структури.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Основи маркетингу: Пер. з англ./ Ф. Котлер – М: Прогрес, 1990. – 698 с.
2. Головка Т.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Т.В. Головка, С.В. Сагова. За ред. д-ра економ. наук, проф.. М.В. Кужельного.–К.: КНЕУ, 2012.– 198с.
3. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер, Е. Майкл. [пер. с англ.]. – К. : Основа, 1997. – 390 с.

Жмайлова О.Г.

к.е.н., доцент кафедри статистики, аналізу та маркетингу

*Цирулік А.М.
студентка*

*Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ НАЯВНОСТІ ТА РУХУ ТОВАРІВ В ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах жорсткої конкуренції та пошуку підприємствами нових ринків збуту раціональна організація, організаційні відносини, активні дії організуючої спрямованості виступають вагомим чинником ефективного функціонування торгівлі як системи. Забезпечення конкурентоспроможності й ефективності економіки вимагає принципово нових комплексних підходів до структурної перебудови економіки країни, розв'язання проблем її інфраструктури та комплексного розвитку.

Методологічні та методичні питання визначення показників аналізу наявності та руху товарів в оптовій торгівлі розкриваються в наукових працях В. В. Апопія [1], М. І. Белявцева [2], В. С. Марцина, А.С. Савоценка та інших. Водночас, на жаль, не можна говорити про завершення досліджень в напрямку аналізу наявності та руху товарів в оптовій торгівлі.

Загалом, діяльність підприємств оптової торгівлі оцінюють за системою показників, які можна розподілити на дві групи: фінансові та статистичні [1].

Фінансові показники дають можливість оцінити ефективність діяльності оптового підприємства, проаналізувати джерела витрат і формування прибутку, визначити резерви підвищення рентабельності всіх видів діяльності оптового підприємства й поліпшення якості обслуговування споживачів.

До фінансових показників діяльності оптового підприємства належать: доходи за видами діяльності; витрати за видами діяльності; прибуток (збиток) від звичайної діяльності; чистий прибуток (збиток) оптового підприємства [1]. На підставі фінансових показників в абсолютному обчисленні розраховують відносні показники, основними серед яких є: коефіцієнт прибутковості, коефіцієнт рентабельності.

Статистичні використовують для формування загальних показників оптової торгівлі макроекономічного рівня. На їх підставі оцінюють розвиток оптової торгівлі загалом і за найважливішими групами товарів, частку оптової торгівлі у валовому внутрішньому продукті тощо.

До статистичних показників належать: загальний товарооборот, зокрема: оптовий товарооборот; роздрібний товарооборот; оборот від посередницької діяльності; оборот від інших видів діяльності [1].

Загальний оборот включає загальну вартість відвантаженого товару (виконаних робіт, послуг) без ПДВ та акцизу незалежно від надходження платежів на рахунок підприємства та зобов'язань зі сплати податків за всіма видами діяльності підприємства (включно з власним споживанням та внесе-

ними у рахунок витратами на пакування й перевезення товару) в цінах фактичної реалізації. Не включають до обороту виручку підприємства від нетипових видів діяльності (продаж власного устаткування) та від нетипових фінансових операцій (прибуток на акції, дивіденди). Повернуті покупцем товари, якщо таке траплялося, мають вираховуватися з обороту.

Варто зауважити, що роздрібний товарооборот має місце на підприємствах оптової торгівлі споживчими товарами. З метою збільшення обсягів виручки вони здійснюють продаж товарів особистого споживання безпосередньо населенню як за готівку, так і підставі інших платіжних засобів через спеціально організовану торгівельну мережу (магазини, кіоски, ятки тощо).

Основним видом обороту підприємств оптової торгівлі є оптовий. Утім, наголосимо, що оптовий товарооборот, як найважливіший об'ємний показник діяльності оптового підприємства підлягає плануванню, а в звітності відображають розподіл його за товарами й товарними групами [2].

У сучасній статистичній звітності відображують розподіл оптового товарообороту щодо продукції виробничо-технічного призначення та споживчих товарів. Перелік товарних груп продукції виробничо-технічного призначення містить 62 товарні позиції. Споживчі товари розподілено на дві великі групи – продовольчі товари, які охоплюють 32 товарні позиції та непродовольчі товари – 25 позицій.

Щодо кожної товарної позиції із загального обсягу продажу у вартісному обчисленні виокремлюють продажі іншим підприємствам оптової торгівлі та обсяг продажу товарів вітчизняного виробництва. На підставі цих даних визначають коефіцієнт ланковості й показники структури оптового товарообороту.

Важливим статистичним показником є обсяг товарних запасів у вартісному обчисленні на кінець звітного періоду. На оптових підприємствах України вони становлять близько п'яти відсотків від оптового товарообороту. Дані про залишки товарів щодо кожної товарної позиції уможливають обчислення запас місткості оптового товарообороту, а також проведення планових розрахунків.

Таким чином, використання показників аналізу наявності та руху товарів в оптовій торгівлі дасть можливість аналізувати, удосконалювати, стимулювати та раціоналізувати функціонування підприємств оптової торгівлі та сприятиме підвищенню ефективності їх діяльності.

Список використаних джерел

1. Апопій, В. В. Організація торгівлі: навч. посіб./ Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом'як Ю.М. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 616 с.
2. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. – К. : Центр навч. л-ри, 2012. – 410 с.

Заїка В.М.,

*к. псих. н., доцент кафедри соціальної роботи,
Полтавський інститут економіки і права Університету “Україна”,
м. Полтава, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Соціально-політичні, економічні та науково-технічні зміни в країні значним чином впливають та формують кожне наступне покоління суспільства. Всі існуючі покоління взаємодіють між собою та включені у всі соціальні шаблі та процеси розвитку суспільства. При цьому представники кожного покоління мають свої психологічні особливості (сформовані під впливом багатьох чинників), котрі помітно впливають на їх життєдіяльність. Врахування цих особливостей при продажу товарів та послуг дає можливість виробити стратегію маркетингу та оптимізувати процес виробництва та реалізації потрібної продукції відповідно до заданих вимог. Теорію поколінь створили американські вчені Нейл Хоув та Вільям Штраус в 1991 році, описавши її в книгах “Покоління” (“Generations”) та “Четверте перетворення” (“The Fourth Turning”) [2; 3]. Проаналізуємо деякі з поколінь, котрі є активними суб’єктами ринкових відносин зараз в країні.

Покоління В, «бєбі-бумерів» (Baby Boom Generation) (1943 – 1963 р.н.) [1]. Воно названо так на честь події буму народжуваності, що стався після війни. В основі їх характеру лежить психологія переможців. Для цих людей немає непереборних бар’єрів, кожен бар’єр – це особистий виклик. Вони оптимісти, націлені на постійне подолання труднощів і обов’язкове досягнення результату. «Бумер» - трудоволік, найкращий подарунок для роботодавця. Для досягнення поставленої перед ним мети він не зупиниться ні перед чим. Головне для нього – перемога. При цьому «бумер» воліє працювати в команді, так як саме команда, колектив, виконують у нього роль тієї самої супердержави, в якій він жив в дитинстві і без якої він нічого собою не представляв.

На їхню думку, відмітними якостями хорошої людини є активність і допитливість. Звідси майже священний культ молодості: «бумери» піклуються про здоров’я, відвідують фітнес-клуби, бігають вранці, ходять в баню, намагаються не хворіти. Все для того, щоб довше залишатися активною і допитливою людиною. Бо втрата активності для них рівносильна руйнуванню фундаменту і, фактично, смерті. Бєбі-бумери заощаджують і вважають, старість починається лише в 79 років.

Особливості купівельної поведінки покоління бєбі-бумерів:

а). Ці люди ходять в магазин тільки в разі крайньої необхідності. Якщо продукт їм необхідний, вони поїдуть за ним навіть в інший кінець міста.

б). При цьому бєбі-бумери порівнюють товари, звертають увагу на функціональність і гарантійні обов’язки.

в). З одного боку, представники покоління 1943-1963 років готові пробувати все нове, але з іншого - тужать за радянськими дефіцитним товарам і вважають їх найкращими. Цікаво, що для таких людей важлива упаковка.

“Невідоме” покоління, покоління X, (Generation X) “покоління 13” за В. Штраусом та Н. Хоувом, або “покоління IT” за В. Пелевіним (1964 – 1982 р.н.), “діти з ключем на шії”, самостійне покоління, покоління “швидше, вище, сильніше” [1].

Головна цінність для нього – можливість вибору. Якщо «бумер» був радий працювати токарем за умови, що він був кращим токарем на заводі, то X-а така робота вже не влаштовує. Тому що він сам повинен вибирати, які йому деталі точити. Краща робота для нього та, яка дозволяє проявити закладені в ньому творчі здібності, широту і нестандартність мислення. А найкращий відпочинок – пансіонат, санаторій, пляж.

При цьому X-и досить цинічні й прагматичні. Виховані за «залізною завісою», вони не відчували на собі впливу інших країн, тому поняття «патріотизм» у них ослаблене. Батьківщина для X-а – це його сім'я, близькі, діти. Ще одна цінність для X-а – час. Тому вони «поважають» напівфабрикати, а захворівши, йдуть не в поліклініку, де треба стояти в черзі, а в платну лікарню. Хоча і в неї вони йдуть тільки в крайньому випадку, не довіряючи лікарям і воліючи лікуватися самостійно.

Одна з відмінностей покоління – постійна готовність до змін. Адже соціально політичним тлом у часи їхнього формування були постійні зміни політичної, економічної та соціальної систем. Це дає гнучкість характеру, що добре для бізнесу – але не дає віри та спроможності будувати стабільні системи, що не надто корисно для політиків. Вони цінують час, бо розуміють як швидко може все змінюватися, тому спроможні постійно діяти. Проте, ці дії більше спрямовані на самовираження, аніж на системну роботу, покликану будувати, або ж на очевидні перемоги.

Особливості купівельної поведінки покоління X:

а). Їм подобаються великі і просторі магазини, в яких можна купити різні товари. Коли вони йдуть в супермаркет, то точно знають, що їм потрібно.

б). Для покоління X важливо, щоб магазин знаходився поблизу і в ньому можна було б купити якісні товари різних груп.

в). Таким людям хочеться за допомогою нової покупки підкреслити свою індивідуальність. Пробуючи нові товари, покоління X прагне знайти найбільш підходящий варіант для себе, тоді як бебі-бумери роблять це для «галочки».

Покоління Міленіум, або Y (Generation Y) (1983 – 2000 р.н.) (покоління Citi, Sms, Тисячоліття, NEXT, бумеранга, Пітера Пена, Digital Immigrants (за Марком Пренскі від англ. “цифрові іммігранти”, тобто народжені до Цифрової революції), або покоління Великого пальця) [1].

Формування цієї групи відбувалося в часи терактів та епідемій, відтак це зумовило їхнє прагнення до постійного бажання отримувати задоволення від

життя та зневіру в довгу перспективу. Вони хочуть усе й відразу. Батьки намагалися компенсувати їм те, що недоотримали у власному дитинстві, що зумовило їхнє значно менше розуміння такого поняття як обов'язок на противагу поняттю "мої права".

Вони добре орієнтуються в моді. Вони самі й створюють моду: на гаджети, які не можна не мати, на неприпустимі стилі одягу, на спосіб життя. Це покоління економить гроші для купівлі айфонів, навіть якщо в них не вистачає на харчі. Це люди інфографічних схем та фотожаб, коротких відеороликів і смайлів як виразників їхніх емоцій. Урешті, і емоції переважно обмежені тими, які записали в айфонах.

Вони прагнуть не так глибини, як швидкого задоволення. Навіть спортом вони займаються не для того, щоб перемогти або розвинути тіло, а для того, щоб отримати додаткову порцію позитивних емоцій. І кращим спортивним знаряддям для них стає байк, скейт або ролики.

Їм важливо не так боротися за самореалізацію, як самовиражатися в спільноті, сформованій соціальною мережею. Вони не вірять у держави, бо мають усі можливості спілкуватися з усім світом. Вони – тотальні глобалісти, для яких патріотизм притаманний лише тоді, коли його вдається зробити модним. Вони не визнають класичних масових медіа, тому живуть інтересами своїх вузьких груп.

Особливості купівельної поведінки покоління Y:

а). Покоління Y відноситься до супермаркетів і торгових центрів як до місця розваги, а не просто покупок.

б). Вони вибирають товар без зайвої прискіпливості, а в ігровій манері, тому що намагаються уникати труднощів.

в). Мілленіали звертають увагу на корисність і екологічність продуктів, прагнуть вести здоровий спосіб життя. Така їх особливість спонукала McDonald's вказувати калорійність своїх страв.

г). З двох продуктів представники покоління Y віддають перевагу більш брендовим, навіть якщо їх склад ідентичний. Вони ходять за покупками компанією, а не на самоті.

д). Поколінню Y подобаються затишні заклади, де можна почитати книгу, без суєти поїсти смачне блюдо і попиту кави.

Таким чином, врахування особливостей різних поколінь дає нам можливість спланувати маркетингову політику підприємницької діяльності, задля реалізації товарів та послуг, направлену на задоволення купівельних запитів кожного з поколінь.

Список використаної літератури:

1. Заїка В.М. Покоління українського суспільства: психологічний аналіз / В.М. Заїка // Психологічні виміри культури, економіки, управління : Науковий журнал / [відповідальний ред. О.М. Лозинський]. Україна, Львів. – Випуск XIV, 2018. – С. 12 – 30.

2. Howe, Neil; Strauss, William (1991). Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: Perennial. – 544 p.
3. Howe, Neil; Strauss, William (1997). The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books. – 382 p.

Захаров І. К.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії

Науковий керівник:

Пономарьова М.С.

канд.екон.наук, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і

організації виробництва

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

м. Харків, Україна

ПРІОРИТЕТНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Для початку, хочу зазначити, що дане питання, було, є і буде актуальним завжди, причина цього доволі проста і впливає з самого терміну «підприємництва», чи ще простіше з мети ведення будь-якої діяльності, тобто отримання вигоди (прибутку). Але даний результат залежить не лише від якості кінцевого продукту, чи його ціни в купі з попитом на нього, першочергово це залежить від рівня організованості всіх процесів та рівня розвитку самого підприємства.

Питання пов'язані з ефективним управлінням ресурсним потенціалом в цілому та по окремим пунктам досліджували наступні вчені-економісти: Ульянов О.В. [1], Пономарьова М.С. [2], Шовкун Л.В. [3], Шелудько Р.М. [5] та багато інших

Раціональне та максимально ефективне використання ресурсів, які використовуються у процесі виробництва сільськогосподарської продукції, є необхідною передумовою для досягнення балансу суспільних (екологічних, соціальних, економічних) інтересів, а також, є основою для забезпечення пріоритетів розвитку аграрного сектору: забезпечення високого рівня продовольчої безпеки країни; підвищення рівня оптимізації експортного потенціалу аграрного сектору; максимізації дохідності сільгоспвиробників; створення соціально-орієнтованої державної аграрної політики. Це потребує застосування специфічних знань та підходів, що стосуються організації раціонального та ефективного землекористування; оптимізації використання трудового потенціалу підприємств; розробки дієвих програм по підвищенню рівня інформатизації та інноваційності діяльності підприємств; створення якісної і дієвої інвестиційної політики, оновленні та модернізації техніко-технологічних засобів і устаткування, тощо.

Розпочати хочеться з того, що забезпечення ефективного розвитку вітчизняного аграрного сектору, з подальшим виробництвом високоякісної конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, потребує сьогодні внесення кардинальних змін. Насамперед, це стосується питань створення ефективної управлінської системи використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств, забезпечення розробки програм і стратегій по впровадженню інноваційних та ресурсозберігаючих технологій виробництва продукції, розробки ефективної інвестиційної політики підприємства і маркетингової стратегії підприємства тощо.

Але необхідно зауважити той факт, що ми не вважаємо аграрний сектор України «відсталим», ні навпаки за останні п'ять років відбулися доволі позитивні зрушення в сторону вдосконалення технологій виробництва сільськогосподарської продукції, все більшого залучення сучасної техніки і тому подібне... Та ось, якщо трохи придивитись, то ми помітимо те що підприємств, з подібними зрушеннями, не так багато, так як державної підтримки аграрного сектору майже не має, то підприємства змушені самотійно реалізовувати всі свої починання, але знову ж таки податковий натиск на аграрний сектор тільки продовжує рости, тим самим все більше вганяючи його в тіньовий сегмент ринку і забираючи можливість спокійно вдосконалюватися... Повернемося до основної теми статті, а саме до розгляду шляхів поліпшення процесу управління ресурсним потенціалом.

Першочергово хочу зазначити, що слід розуміти під *поліпшенням процесу управління ресурсним потенціалом (надалі по тексту ПУРП)*. Дане словосполучення несе в собі загальну сукупність усіх заходів направлених як на покращення самого процесу управління (оперативне планування та отримання інформації про будь-які зміни в обсязі ресурсів, чи їх стані, покрокове контролювання дій персоналу підприємства, налагодження системи безперебійного обміну інформацією між цехами, підрозділами підприємства тощо), так і на покращення процесу використання ресурсів у виробничому процесі (розробка та впровадження нових менш енергоємних та ресурсозатратних технологій виробництва, залучення новітньої техніки та використання доступного програмного забезпечення для спрощення виробничого процесу і тому подібне). Тобто, виходячі з даного визначення, кожне підприємство має в своєму розпорядженні дві паралельні (але пов'язані між собою) лінії розвитку, які в кращому варіанті необхідно розвивати одночасно (для отримання більш максимального ефекту), які зображені на рисунку 1.

Ви спитаєте: «Невже на даний час немає підприємств, в яких вже є хоча б частина цих поліпшень?», вони існують, але їх можна вважати винятком серед маси інших господарств. Причиною цього виступає відсутність повноцінних програм підтримки таких починань з боку держави та доволі високі затрати на придбання всього необхідного обладнання, через це, такі

поліпшення можуть дозволити собі тільки великі підприємства чи агрохолдинги, або ті, що вже знайшли собі інвесторів.

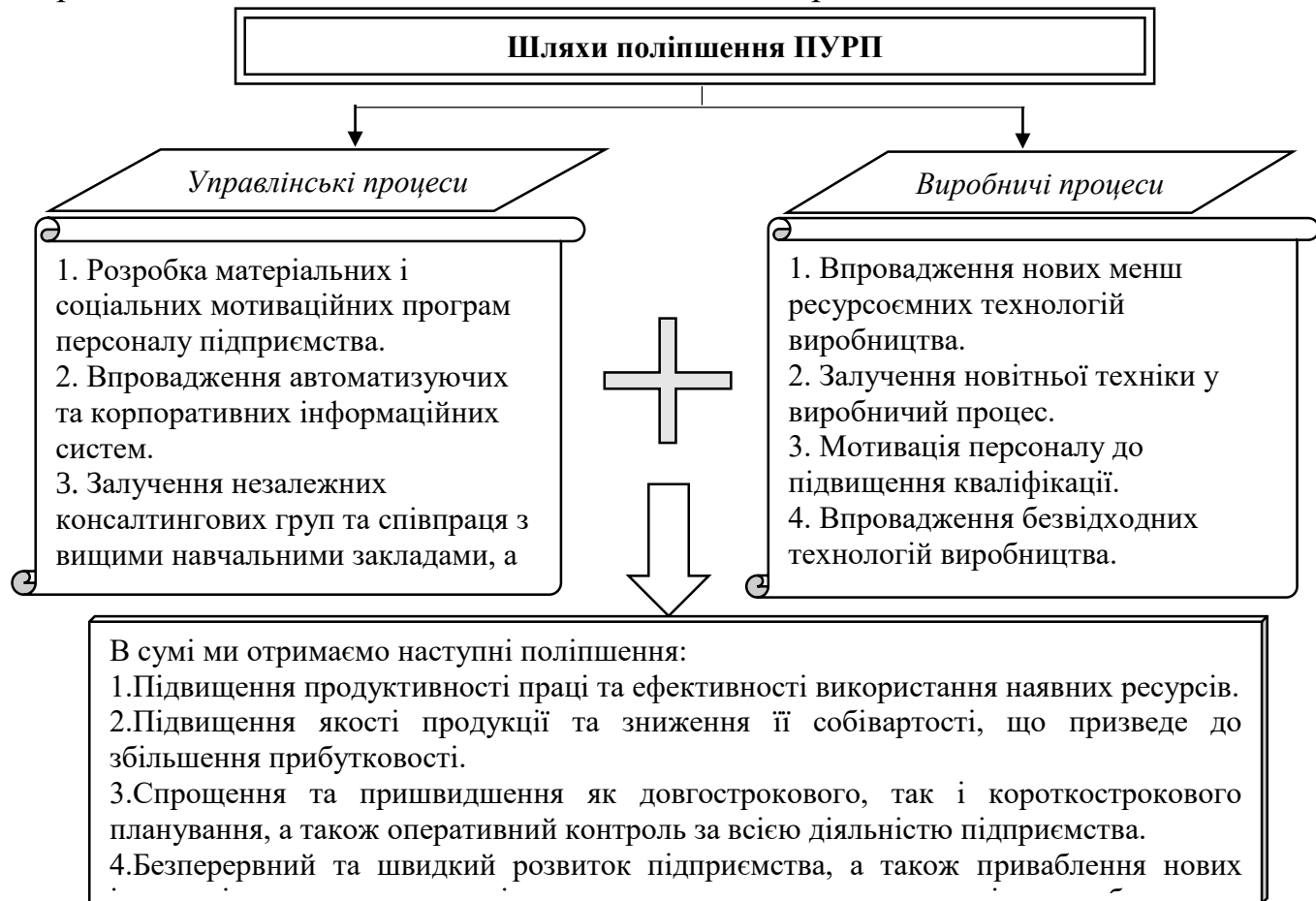


Рис. 1. Актуальні шляхи поліпшення ПУРП

Отже, впровадження даних поліпшень дасть наступні переваги, серед яких: значне підвищення конкурентоспроможності; зменшення витрат на виробництво; додатковий прибуток від реалізації залишків енергії по «зеленому тарифу»; значне спрощення роботи з постачальниками та клієнтами; підвищення рівня екологічності виробництва, що в свою чергу покращить екологічний стан регіону в якому діє підприємство і тому подібне.

Список використаних джерел

1. Ульянченко О.В. Управління ресурсним потенціалом в аграрному секторі: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.03: Нац. наук. центр «Ін-т аграр. Економіки» УААН. К., 2008. 38 с.
2. Пономарьова М.С. Критерії удосконалення операційного менеджменту в сільськогосподарському підприємстві // М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна науково-практична конференція «Економічні, екологічні та соціальні проблеми розвитку аграрної сфери в умовах глобалізації» - Х. ХНАУ : 4 - 5 листопада 2015 р. С. 145-147.
3. Шовкун Л.В. Вплив системи управління на ефективність використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств //

Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”- 2017 - № 2. - С. 139.

4. Управління проектами: навч. посіб. / О. В. Ульяновченко [та ін.]. – Х. : ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2010. – 522 с.

5. Формування конкурентоспроможного виробничого потенціалу сільського господарства в умовах глобалізації розвитку. Матеріали міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф., 14 – 23 вересня 2011 р. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. редкол.: [В.К.Пузік, О.В. Олійник, Р.М. Шелудько, І.М. Сафронська та ін.] за ред. авторів; відпов. за вип. І.О. Шарко / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків: ХНАУ, 2011. – 178 с.

Зеленський А.В.

к.е.н., заст. завідувача кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Зеленський В.А.

к.с.-г.н., завідувач кафедри садівництва і виноградарства

Подільський державний аграрно-технічний університет

м. Кам'янець-Подільський, Україна

ФІНАНСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

У структурі фінансових взаємозв'язків народного господарства фінанси підприємств (організацій, установ) займають вихідне положення, так як обслуговують основну ланку суспільного виробництва, де створюються матеріальні та нематеріальні блага і формується переважна маса фінансових ресурсів країни. Фінанси підприємств - це сукупність економічних відносин, які пов'язані з рухом грошових коштів, а саме їх формуванням, розподілом і використанням у процесі господарської діяльності підприємств.

Фінанси підприємств галузей народного господарства є одним з елементів вихідної основи всієї фінансової системи країни. Тому від стану фінансів даних підприємств залежить можливість задоволення потреб суспільства, поліпшення фінансового становища країни [1]. Основні принципи організації фінансів підприємств усіх галузей єдині, що обумовлено загальними економічними законами товарного виробництва, сутністю грошей і грошових відносин, єдиною природою основних фінансових категорій. У той же час фінанси підприємств кожної галузі мають свої суттєві особливості, які з техніко-економічних особливостей галузі. Сільське господарство відрізняється яскраво вираженою сезонністю, значним розривом між часом виробництва (весь період від початку сівби до збирання сільськогосподарських культур, від народження тварини до його відгодівлі і продажу державі) і робочим періодом (час, протягом якого виробляються витрати праці на окремі види робіт), великою тривалістю виробничого циклу (те ж, що і час виробництва).

Це викликає уповільнення оборотності коштів, поступове наростання витрат до короткочасного періоду масового виходу продукції, нерівномірність надходження виручки від реалізації продукції, порівняно високі норми сезонних запасів, великий обсяг незавершеного виробництва та інше. Звідси особливий порядок нормування оборотних коштів, фінансування і кредитування відтворення основних і оборотних фондів. Значна частина продукції в сільському господарстві не приймає товарної форми (корми, насіння, молодняк тварин) і в своєму натуральному вигляді продовжує процес відтворення. Отже, частина виробничих витрат не вимагає авансування нових грошових коштів. Тривалий сезонний розрив між доходами та витратами викликає широке використання короткострокових кредитів банку.

На сільськогосподарське виробництво, що знаходиться в різних природно-кліматичних зонах нашої країни, впливають погодні умови. Для забезпечення стійкої бази виробництва діє система державного страхування та резервування коштів. Оскільки в сільському господарстві виробничий рік не збігається з календарним, обчислення фактичної собівартості продукції і фінансових результатів здійснюється тільки при складанні річного звіту. За підсумками року проводиться розподіл прибутку і утворення фондів економічного стимулювання. На відміну від інших галузей народного господарства сільське господарство пов'язане з використанням «живих» основних виробничих фондів (дорослого робочої худоби). Звідси і особливий вид витрат на формування основного стада продуктивної і робочої худоби. Будучи різновидом капітальних вкладень, ці витрати забезпечують як просте, так і розширене відтворення. Формування основного стада носить переважно характер внутрішньогосподарського обороту, так як основне стадо продуктивної і робочої худоби створюється головним чином за рахунок власного відтворення тварин. На відміну від капітальних вкладень обсяг витрат на формування основного отари не лімітується зверху, а визначається самими господарствами. Продуктивна худоба відрізняється від інших основних фондів тим, що на нього не нараховується амортизація. Специфічним і головним засобом виробництва в сільському господарстві є земля, має якісну оцінку в балах і економічну оцінку виходячи з середньої по країні вартість гектара-бали. Поряд з забезпеченістю основними фондами і трудовими ресурсами економічна оцінка землі - частина виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств, на основі якого визначаються стабільні платежі в бюджет і відрахування на освіту централізованих резервних фондів агропромислових органів. Як галузь матеріального виробництва сільське господарство має свої технологічні, економічні та організаційні особливості, що впливають на госпрозрахунок і фінанси, утворення та використання фінансово-кредитних ресурсів [2].

Сільськогосподарські підприємства, як і підприємства інших галузей народного господарства, беруть участь у формуванні загальнодержавного фонду фінансових ресурсів, відраховуючи до бюджету від прибутку, чистого

доходу. Економічний зміст відрахувань від прибутку сільськогосподарських підприємств до бюджету принципово відрізняється від платежів до бюджету підприємств інших галузей народного господарства. Сільськогосподарські підприємства здійснюють розширене відтворення і ведуть будівництво об'єктів невиробничого призначення, як правило, за рахунок власних коштів і кредитів банку. Виділення бюджетних асигнувань сільськогосподарським підприємствам виробляється головним чином на витрати з подальшого розвитку матеріально-технічної бази для нарощування виробництва сільськогосподарської продукції та вирішення соціальних проблем [3]. За рахунок бюджетних асигнувань здійснюється фінансування широкого кола заходів. Більше половини виділених бюджетних коштів припадає на капітальні вкладення. Разом з тим бюджетні асигнування спрямовуються на покриття збитків від експлуатації житлово-комунального господарства, погашення заборгованості по позиках банку, сплату страхових платежів. Особливе місце в бюджетному фінансуванні сільського господарства займають асигнування на операційні витрати. Це, як правило, витрати, які не обмежуються рамками окремого господарства. Разом з тим за рахунок бюджетних асигнувань на операційні витрати здійснюються: заходи щодо боротьби з особливо небезпечними шкідниками сільськогосподарських рослин; землевпорядкування сільськогосподарських підприємств; інші заходи. Фінанси характеризуються реальним рухом грошових коштів у процесі розподілу й обміну, зумовлюючи відповідні економічні відносини між державою і суспільством є економічним регулятором усіх сфер економічного життя суспільства. В економічній діяльності суб'єктів ринкової економіки фінансові ресурси стають основними обмежувачами масштабів виробництва і споживання, різні фінансові інститути визначають положення суб'єктів економіки та ринку і напрями господарської діяльності. Нинішня практика фінансового забезпечення сільськогосподарських товаровиробників України не відзначається комплексністю та системністю, має низку недоліків, що не дають змоги задовольнити фінансові потреби суб'єктів агропромислового виробництва. Фінансове забезпечення діяльності сільськогосподарських підприємств України в нинішніх умовах здійснюється переважно в трьох формах: самофінансування, тобто використання власних ресурсів для розвитку; кредитування на основі мобілізації та перерозподілу тимчасово вільних коштів; бюджетне фінансування державних і регіональних програм і проектів на безповоротній основі за рахунок коштів державного і місцевого бюджетів [4]. Діють кілька програм фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств, спрямованих на забезпечення економічного паритету між сільським господарством та іншими галузями економіки, а також стимулювання розвитку перспективних процесів у сфері виробництва. Загалом в Україні хоч рівень відповідної державної фінансової підтримки розвитку сільськогосподарських підприємств зростає, але поки що

не відповідає мінімальним їх потребам, що ускладнює забезпечення стабільного розвитку цієї важливої галузі.

Отже, фінанси сільськогосподарських підприємств мають такі ж засади, що й інші підприємства, але мають певні особливості, серед яких: залежність від сезону, використанням «живих» основних виробничих фондів, значна тривалість виробничого циклу, значна частина продукції не приймає товарної форми (корми, насіння, молодняк тварин) і в своєму натуральному вигляді продовжує процес відтворення, високі ризики у процесі виробництва (природно-кліматичні умови, що мають вагомий вплив на процес виробництва) та інші.

Список використаних джерел

1. Фінанси підприємств / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк [та ін.] ; 5-е вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 546 с.
2. Іванько А.В. Регулювання агропродовольчого виробництва: регіональний аспект : [монографія] / А.В. Іванько. – К. : НЦ ІАЕ, 2008. – 230 с.
3. Зеленський А.В. Фінансове регулювання аграрного сектору економіки України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / А.В. Зеленський – Київ, 2016. 22 с.
4. Циктор Н.М. Проблеми оцінки фінансового механізму сільськогосподарських підприємств / Н.М. Циктор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/23571/1/31-202-207.pdf>.

*Зозуля В. М.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр, спеціальності Менеджмент
Олійник А. С.
к.е.н., асистент кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

СУТНІСТЬ В'ЮЧНОГО (КІННОГО) ТУРИЗМУ

Вигідне географічне положення України і наявність сприятливих факторів дозволяють стверджувати про значні перспективи розвитку туризму. Однак, маючи великий потенціал, Україна не розвиває ринок туристичних послуг в повному обсязі, хоча є однією з провідних країн Європи за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами [10, с. 344].

Одним із видів відпочинку, що дозволяє об'єднати такі різні мотиви туристичних подорожей, як отримання нових знань (відвідування культурно-історичних визначних пам'яток), здійснення подорожі в умовах екологічно чистої місцевості з елементами екстриму (подолання природних та штучних перешкод на маршруті), придбання спортивних навичок (поліпшення фізичних та духовних якостей особистості) та досягнення оздоровчого ефекту (біологічне оновлення організму людини), є в'ючний (кінний) туризм [2, с. 64]. В'ючний туризм (кінний туризм, екіпажний туризм) — це різновид туризму на

в'ючних засобах пересування [6].

Кінний туризм в Україні є видом активного туризму, він користується заслуженою популярністю у любителів кінних прогулянок природничого, етнічного, історичного, екстремального, паломницького, мисливського, рибальського, гірського напрямків.

Українська дослідниця І. В. Свида вважає, що «кінний туризм є популярним видом екстремального туризму. За кордоном поширені кінні тури, створені на основі заздалегідь прокладених тривалих маршрутів з подоланням перешкод, лісів, бурхливих річок. Часто пропонуються тури багатоденної верхової їзди по складній місцевості, де не може проїхати ні один транспортний засіб, навіть гірський велосипед» [8].

Ю. П. Грицак вважає, що «кінний туризм повинен класифікуватися як різновид спортивного туризму з виділенням основних типів кінних маршрутів – кінно-верхових і в'ючних, кінно-верхових з супроводом і кінно-упряжних» [4].

На думку А. Є. Молодецького та В. В. Салютіна, кінний туризм входить до складу транспортного підтипу спортивного туризму поряд з авторалі, моторалі, авто- і мотомандрівками [9].

З попереднім твердженням згодні українські вчені М. П. Кляп і Ф. Ф. Шандор, які також підкреслюють приналежність кінного туризму до спортивного з урахуванням способу пересування на маршруті – в тому числі: на велосипедах, автомобілях, мотоциклах і конях [6].

Ю. Ю. Андрєєва, розглядаючи кінний туризм як підвид спортивного туризму, вказує на таку особливість, як проходження на коні маршрутів, що мають специфічні для кінного туризму перешкоди (перевали, ліси, річки) [1].

Згідно з думкою Ю. Н. Федотова та І. Є. Востокова [11], кінний туризм поряд із пішохідним, гірським, лижним, водним, велосипедним, автомототуризмом і спелеотуризмом, є різновидом спортивно-оздоровчого туризму.

М. А. Ізотова і Ю. А. Матюхіна розглядають кінний туризм як поєднання екологічного з екстремальним, підкреслюючи, що «легкі прогулянки на конях по околицях курорту і багатоденні переходи в складних природно-ландшафтних умовах являють собою дуже різні види кінного туризму» [5].

Ф. Ф. Толсто́п'ятко та Я. М. Геращенко пропонують враховувати кінний туризм одним із видів спортивно-екологічного туризму поряд з гірськолижним, пішохідним, водним, велосипедним, вітрильним, пригодницьким, спелеотуризмом [3].

Кінний туризм дає поштовх розвитку й сільської місцевості, адже пов'язаний з агротуризмом та екотуризмом. Кінний туризм також допомагає розбудові заповідників та національних парків, створенню приватних сільських садиб, використанню кінних подорожей у лікувальних цілях.

Однак, розвиток кінного туризму пов'язаний з низкою проблем, перш за

все, це:

- недостатня кількість розроблених кінних маршрутів;
- дефіцит кваліфікованих фахівців;
- недостатня якість технологій спорядження;
- підвищений ризик травматизму;
- низька інформаційна забезпеченість;
- відсутність підтримки з боку держави.

Отже, в'ючний (кінний) туризму є різновидом спортивно-оздоровчого туризму, так як вимагає певної спортивної підготовки учасників верхової їзди та робить позитивний вплив на організм людини, сприяючи його оздоровленню.

Список використаних джерел

1. Андреева Ю. Ю. Наиболее популярные виды спортивного и экстремального туризма. Обзор / Ю. Ю. Андреева // Современные проблемы сервиса и туризма : сборник научных работ. – 2008. – № 4. – С. 47–53.
2. Галасюк С. С. Сутність та особливості кінного туризму / С. С. Галасюк // Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку: матеріали XVIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 19-20.11.2015 р. – Переяслав-Хмельницький: Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2015. – Вип. 18. – С. 64–67.
3. Геращенко Я. М. Види спортивно-екологічного туризму / Я. М. Геращенко, Ф. Ф. Товстоп'ятко // Вісник Запорізького національного університету. – 2013. – № 2. – С. 37–40.
4. Грицак Ю. П. Организация самодетельного туризма : учебн. пособ. / Ю. П. Грицак. – Х. : Экограф, 2008. – 164 с.
5. Изотова М. В. Инновации в социокультурном сервисе и туризме / М. В. Изотова, Ю. А. Матюхина. – М. : Научная книга, 2006. – 136 с.
6. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2013. – 334 с.
7. Ковальчук Н. А. Кінний туризм і особливості його організації / Н. А. Ковальчук, Г. О. Соколова // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія : Сільськогосподарські науки. – 2017. – Т. 19, № 79. – С. 44–47.
8. Молодецкий А. Е. Основные направления развития спортивного туризма в регионах Украины / А. Е. Молодецкий, О. В. Евтушенко // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2014. – Том 10. – Вып. 2. – С. 659–663.
9. Свида І. В. Сучасні форми екстремального туризму в Закарпатській області / І. В. Свида // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія : Економічні науки. – 2011. – Вип. 1 (41).
10. Смольнікова К. А. Розвиток туризму в Україні: проблеми та

перспективи // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами». – Луцьк: Луцький НТУ, 2016. – Ч.1. – С. 344–346.

11. Федотов Ю. Н. Спортивно-оздоровительный туризм: основные понятия и проблемы развития: учебник / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков. – М. : Советский спорт, 2008. – 464 с.

Зубенко Ю. О.

магістрант спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Бричко А.М.

*науковий керівник, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
Сумський національний аграрний університет*

м. Суми, Україна

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах становлення ринкових відносин у країні відбуваються глибокі трансформації, які спрямовані на підвищення ефективності функціонування сільськогосподарського підприємства. Проблема підвищення ефективності функціонування галузі рослинництва у сільськогосподарських підприємствах набула особливої актуальності у зв'язку з переходом до ринкової економіки. Потребують вирішення питання незадовільного стану сільського господарства, недостатньої вивченості проблем розвитку багатокладної економіки, різних форм власності і господарювання та підвищення їх ефективності, що має важливе народногосподарське значення.

Провідною галуззю сільськогосподарського виробництва є рослинництво. Незважаючи на збільшення обсягів виробництва продукції рослинництва в приватному секторі, господарства населення не можуть раціонально використовувати досягнення науково-технічного прогресу, в повній мірі забезпечити населення якісними продуктами харчування, сформувати ринок конкурентоспроможних підприємств.

Загальне поняття ефективності є досить широке і вживається в різних галузях національної економіки, у тому числі в рослинництві.

Під ефективністю сільськогосподарського виробництва ми розуміємо одержання оптимальної кількості якісної продукції сільського господарства, яка здатна задовольняти потреби споживача, за такого рівня та структури витрат на її виробництво, який дасть змогу отримати максимальний прибуток підприємству.

У великому економічному словнику термін «економічна ефективність» трактується як результативність економічної діяльності, економічних програм і заходів, що характеризується відношенням отриманого економічного ефекту, результату до затрат факторів, ресурсів, які зумовили одержання цього

результату, досягнення найбільшого обсягу виробництва із застосуванням ресурсів відповідної вартості [1, С. 1224].

Економічна ефективність відображає досягнення максимального результату від господарської діяльності аграрних підприємств за найменших затрат праці та фінансових ресурсів і відображає вплив системи чинників, що формують її рівень, а також визначає основні напрями розвитку аграрної сфери. Таке поліфункціональне наповнення цього поняття вимагає системного і чіткого його розуміння, адже від цього залежить повнота формування цілої системи ефективності виробництва на підприємстві [2, С. 22].

Ефективність сільськогосподарського виробництва істотно залежить від його специфічних особливостей, зокрема сезонності та територіальної організації виробництва, використання природного ресурсу – землі та кліматичних умов. Тому з метою комплексного дослідження економічної ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві необхідно дотримуватися принципів, зокрема, на думку Березівського П. С., це збереження відповідності між кінцевим результатом і чинниками, які вплинули на одержання такого результату [3, С. 50].

Першочерговими проблемами рослинництва, що потребують негайного вирішення є: уповільнений рух капіталу, низька господарська маневреність галузі, залежність від змін природно-кліматичних умов, відсутність інвестицій на розвиток соціальної сфери села, втрата селянами частини орендної плати за землю, відсутність кваліфікованих кадрів на селі; відсутність конкурентоспроможного великотоварного агропромислового виробництва та ринку сільськогосподарських земель, розбалансованість сільського господарства, комплексна проблема матеріально-технічного забезпечення і формування повноцінного ринку інновацій, неврегульованість ринку мінеральних добрив та хімічних препаратів, відсутність достатньої кількості зерносховищ, недостатня державна підтримка галузі.

Використання шляхів підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві вимагає забезпечення впровадження комплексу заходів, які за сутністю дають характеристику основним шляхам розвитку й удосконалення виробничої діяльності підприємства.

Визначальними напрямками є: 1) швидше впровадження науково-технічного та організаційного прогресу; 2) підвищення якості й конкурентоспроможності продукції; 3) усебічний розвиток і вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства [4, С. 273-279].

Підвищення економічної ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві загалом передбачає збільшення виробництва і поліпшення якості сільськогосподарської продукції за умови одночасного зменшення затрат праці і матеріальних засобів на одиницю продукції. Ця проблема нерозривно пов'язана з подальшою всебічною інтенсифікацією

сільськогосподарського виробництва, в процесі якої вона і знаходить своє вирішення [5, С. 346-347].

Важливим напрямом зростання ефективності сільськогосподарського виробництва є підвищення рівня забезпеченості підприємства основними і оборотними фондами та поліпшення їх використання. У системі заходів зростання економічної ефективності сільськогосподарського виробництва чільне місце займає підвищення якості продукції на підприємстві. Підвищення ефективності виробництва і досягнення більш високих кінцевих результатів нерозривно пов'язані з проблемою якості, розв'язання якої вимагає вдосконалення технології виробництва сільськогосподарської продукції і збільшення потужностей для її переробки і зберігання. За рахунок використання резервів поліпшення якості та збереження виробленої продукції можна на 20-30% підвищити рівень її споживання, що сприятиме більш повному задоволенню потреб населення в продуктах харчування.

Вагомим джерелом підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві є раціональне використання трудових ресурсів і зростання продуктивності праці на основі застосування прогресивних форм її організації та відповідних методів матеріального і морального заохочення працівників у досягненні високих кінцевих результатів.

Шляхи підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві, які забезпечують далі збільшення обсягів виробництва продукції і зменшення витрат на її одиницю, передбачають комплекс основних заходів: поліпшення використання землі, підвищення її родючості; впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва; поглиблення спеціалізації і концентрації виробництва на основі міжгосподарської кооперації і агропромислової інтеграції; раціональне використання виробничих фондів і трудових ресурсів; впровадження інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій та індустріальних методів виробництва; підвищення якості і збереження виробленої продукції; широке використання прогресивних форм організації виробництва і оплати праці на основі колективного, сімейного і орендного підряду та оренди як прогресивної форми господарювання; розвиток сільськогосподарського виробництва на основі різноманітних форм власності і видів господарювання і створення для них рівних економічних умов, необхідних для самостійної та ініціативної роботи [6, С. 51-55]

Підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві впливає на зростання доходів і рівня рентабельності, відповідно, сприяє збільшенню обсягу виробництва та продажу продукції, що сприятиме розширеному виробництву, підвищенню заробітної плати та поліпшенню соціальних умов для своїх працівників. Підвищення економічної ефективності виробництва продукції рослинництва на підприємстві відбувається в умовах поглиблення спеціалізації. У спеціалізованих підприємствах рівень рентабельності сільськогосподарського виробництва, який забезпечує

переведення господарств на повне самофінансування, залежить від їх спеціалізації і конкретних умов господарювання.

Таким чином, під ефективністю виробництва продукції рослинництва на підприємстві доцільно розуміти одержання оптимальної кількості якісної продукції сільського господарства, яка здатна задовольняти потреби споживача, за такого рівня та структури витрат на її виробництво, що дасть змогу отримати максимальний прибуток. Після істотного зниження валового виробництва сільськогосподарської продукції останніми роками почалося поступове його зростання. Це сприяло реалізації підприємницької ініціативи селян у різних організаційно-правових формах господарювання, діяльність яких стає прибутковою. Все це свідчить про поступове зростання економічної ефективності сільськогосподарського виробництва продукції рослинництва на вітчизняних підприємствах.

Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь / ред. Азрилиян А. И. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
2. Аграрна реформа і організаційно-економічні трансформації у сільському господарстві: доповідь на 12-их річних зборах Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників 25-26 лютого 2010 року / В. Я. Месель-Веселяк – К.: ННЦ „Інститут аграрної економіки”, 2010. – 57 с.
3. Березівський, П. С. Економічна ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств: стан, проблеми, ефективність: [монографія] / П. С. Березівський [та ін.]. – Львів: Українські технології, 2007. – 166 с.
4. Філімонов Ю.Л. Підвищення економічної ефективності використання землі / Ю.Л. Філімонов // Вісн. Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства [«Економічні науки»]. – Харків: ХНТУСГ, 2007. – Вип. 66. – С. 273-279.
5. Філімонов Ю.Л. Удосконалення галузевої структури сільськогосподарських підприємств як чинник ефективності виробництва продукції рослинництва / Ю.Л. Філімонов // Ринкові трансформації та економічний механізм підвищення ефективності підприємств аграрного сектора: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Харків 8-9 жовт. 2009 р.) / М-во аграр. політики, Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2009. – С. 346-347.
6. Жарун О.В., Наумова О.В. Ефективність виробництва зернових культур у сільськогосподарських підприємствах Уманського району. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2012. Вип. 81(2). С. 51–55.

*Івченко А.В.,
напрям підготовки 6.030509 «Облік і аудит», СВО «Бакалавр»
Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

МЕТОДОЛОГІЯ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ: ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА

В наш час ніяке підприємство не може обійтися без того, щоб не скористатися у сфері своєї діяльності певних об'єктів нематеріальних активів, які в свою чергу забезпечують стабільний розвиток х діяльності.

Довгострокові активи відіграють важливе значення в діяльності підприємства. Вартісне вимірювання є необхідним для організацій ведення обліку необоротних активів, є необхідною умовою, та має місце в такі моменти господарювання: надходження, використання в ході операційного циклу, вибуття, складання фінансової звітності. При надходженні необоротних активів їх оцінюють за первісною вартістю. Підхід до формування первісної вартості об'єктів основних засобів на основі класифікації капітальних витрат, дозволяє більш точно формувати їх первісну вартість при придбанні чи створенні [1].

Різні країни світу використовують МСФЗ в якості національних стандартів або беруть за основу концепції, норми і правила МСФЗ при розробці національних. Наприклад, країни ЄС використовують МСФЗ з певними обмеженнями, з врахуванням європейського законодавства та директив щодо обліку і звітності [1].

Для відображення фінансової звітності та їх обліку зарубіжних країн застосовують МСБО 38 «Нематеріальні активи». Вони відображаються у звітності якщо в майбутньому можливе отримання фінансових вигод при їх використанні від їх реалізації чи певній економії. В Україні для ведення обліку застосовують П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» за яким трактується визначення нематеріальні активи – це немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані. Можливе їх відображення в балансі при одержанні економічних вигод в майбутньому [3, 6].

Майбутні економічні вигоди, які надходять від нематеріального активу, можуть включати дохід від продажу продукції чи послуг, скорочення витрат або інші вигоди, які є результатом використання активу суб'єктом господарювання. Наприклад, використання інтелектуальної власності у виробничому процесі може зменшити майбутні виробничі витрати, а не збільшити майбутні доходи [6].

Права власності нематеріальних активів впливає з того, що сама організація самостійно володіє, має право користуватися та на власний розсуд

розпоряджатися підпорядкованими об'єктами. Безпосередньо діяти в межах законодавства тієї країни в якій знаходяться.

Всі надходження та оприбуткування цих активів повинно складатися з первинними документами в яких зазначається первісна вартість, амортизаційні відрахування з кодом їх витрат, із терміном корисного використання, із підписами відповідальних посадових осіб.

Капіталізація витрат має розбіжності стосовно країн ЄС для нематеріальних активів. В свою чергу в таких країнах як Німеччина, Данія, Нідерланди та Австрія створена самостійно капіталізація недопустима.

Необхідно зазначити, що для всебічного залучення нематеріальностей у виробничий процес і використання сприятливого ефекту від їх використання, повинна йти ініціатива саме від держави. Наприклад у США у 2013 році інвестиції у нематеріальні активи склали 258 млрд. дол., а у 2014 році інвестували понад 284 млрд. дол. [5].

У МСБО 38 «Нематеріальні активи» зазначено, що нематеріальні активи не перевищують строк корисного використання більше ніж 20 років стосовно яких нараховується амортизація [6].

Для більшості зарубіжних країн за законодавством підприємства можуть вибирати метод нарахування амортизації нематеріальних активів на свою користь. Не маючи вибору методу амортизація нараховується за прямолінійним методом. Вини можуть переглядатися як і терміни корисного використання. Все відбувається так само, як і по основних засобах, які поділяються на поточні та майбутні періоди. Не оподатковуються податком на прибуток всі активи, які отримані в подарунок чи надійшли до статутного фонду у вигляді певних внесків, а за податком на додану вартість оподатковуються.

На сьогодні жодне підприємство використовує в своїй діяльності нематеріальні активи. Усі зміни, доповнення та роз'яснення регулюються МСБО. Дослідивши закордонний досвід ведення обліку об'єкту дослідження можна зробити висновок, що їх наявність та використання для розвитку виробничої діяльності є необхідність в умовах розвитку глобальної економіки. Облікові стандарти країн світу мають свою специфіку та різняться з нашими. Але це дає можливість вдосконалювати національні положення стосовно обліку, що в свою чергу призведе до взаємоузгодженої співпраці із зарубіжними країнами.

Список використаних джерел:

1. Пилипенко К. А. Формування первісної вартості необоротних активів в контексті використання міжнародних стандартів обліку / Пилипенко К.А., Арутюнова О.А., Антоненко С.Ю. // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем» (присвяченої 70-річчю кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту). – Харків: ХНТУСГ, 2018. – С. 208-212.

2. Мельник Н. Характеристика сучасного рівня впровадження МСФЗ в світі. / Н. Мельник // Бухгалтерський облік і аудит. - 2014. - № 3. - С. 25-30. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau_2014_3_6.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.

4. Лучко М. Р. Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами: [навч. посіб.] / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. – Тернопіль : Економічна думка, 2016. – 360 с.

5. Анохіна К. О. Сучасні світові тенденції щодо залучення нематеріальних активів / К. О. Анохіна. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – С. 21.

4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050.

Ігнатенко М.М.

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»

м. Переяслав-Хмельницький, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ТРУДОВОГО Й ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ ТА ОСОБИСТИХ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ НА ЗАСАДАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ І СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА СЕЛІ

Розвиток фермерських та особистих господарств населення має виняткове значення у виробництві продуктів харчування, є основою формування середнього класу на селі, підтримки сільського способу життя й сільських територій. Тому створення та використання їх трудового й виробничого потенціалу, а також дослідження цих процесів є актуальним, має теоретичне і практичне значення. Крім того, соціально-трудові відносини й відносини власності, побудовані на демонополізації та приватизації суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки, забезпечують для сільських жителів свободу вибору у сфері зайнятості, самостійне визначення її форм і видів.

Продовженням вказаної тенденції можна вважати вивільнення сільських працівників на тлі посилення ролі соціально-психологічних чинників зайнятості, забезпечення виробництва інноваційними засобами [1]. Отже, досягнення продуктивної зайнятості населення як фундаменту і, водночас, важливого показника соціальної орієнтованості сучасного ринкового аграрного господарства є можливим за умови здійснення соціальної відповідальності, використання засобів малої механізації, що має виробничо-

економічне, соціально-культурне і морально-етичне значення для розвитку фермерських та особистих господарств населення.

Реформування земельних відносин відкрило шлях до радикальних змін у системі соціально-економічних відносин на селі. А саме, дало змогу селянам приєднувати земельні паї до своїх земельних ділянок з метою формування фермерських та збільшення потенціалу особистих селянських господарств. За результатами опитування 81,4% респондентів – сільських жителів є власниками земельного паю. Але, не дивлячись на те, що більшість селян отримали земельні паї, обробити їх вони не в змозі, оскільки розпаювання землі значно випередило паювання майна колективних сільськогосподарських підприємств.

Для зайнятих в особистих селянських господарствах характерний високий рівень самоексплуатації при виробництві трудомісткої сільськогосподарської продукції [2, с. 48]. Селяни організують діяльність у своїх особистих господарствах в основному на ручній праці членів сім'ї. А з розширенням площ обробітку землі цих господарств працевантаження на членів сімей відповідно ще зросло, при обмежених ресурсах їх ручної праці.

Тому, як показують дослідження, у більшій частині особистих селянських господарств обмежуючим фактором розвитку виробництва виступає робоча сила. За досить низького рівня механізації виробничих процесів саме вона служить головною складовою ресурсного потенціалу. Звідси, однією з першочергових задач, яка суттєво впливає на темпи розвитку фермерських і особистих селянських господарств, є зниження витрат праці у здійсненні виробничих процесів.

Однак, фермерські й особисті селянські господарства мають потребу не тільки в засобах масової механізації для обробітку своїх присадибних ділянок, а й в широкому наборі технічних засобів для тваринництва і рослинництва, кормовиробництва і переробки продукції. Існує велика потреба в налагодженні виробництва засобів малої механізації, у збільшенні випуску і поліпшення якості простих знарядь праці.

Це обумовлено тим, що основна маса робіт в особистих господарствах ведеться саме із застосуванням звичайних знарядь ручної праці, яких також не вистачає. Відсутність сучасних технічних засобів не тільки заважає полегшенню праці, але і її продуктивності, що тягне за собою негативне ставлення до цього виду праці як до неprestижної, нецікавої в частині сільського населення і, насамперед, у молоді [3, с. 209].

Дослідженнями встановлено, що у сільській місцевості особливо незадовільною є організація медичного, культурного і побутового обслуговування населення. Тому через низький рівень розвитку соціальної сфери на селі дуже мало робочих місць поза аграрним сектором. До того ж мобільність їх, на відміну від міських жителів, низька. діюча мережа соціально-культурних закладів, що покликана фізично, духовно і морально

формувати життєве середовище сільських мешканців, за своєю потужністю не спроможна виконувати ці функції.

В той же час від ефективності роботи закладів та підприємств соціальної інфраструктури залежить якість трудового потенціалу, людського капіталу загалом. Трудовий потенціал працівників вищої якості має кращу результативність праці, більш конкурентоспроможний на аграрному ринку. Крім того, розвиток соціальної інфраструктури для сільського населення – це збільшення кількості робочих місць, покращення умов праці та відпочинку селян, умова закріплення трудових ресурсів на селі і забезпечення ними сільського господарства [4, с. 76].

Це вказує на те, що про сільський ринок праці, соціальне відродження села має піклуватися все суспільство. Особливо це стосується великих агрохолдингів та агрокорпорацій. Вони є найбільшими користувачами ресурсів, виробниками продовольства, отримувачами доходів та власниками фінансово-інвестиційних джерел. У попередніх дослідженнях нами визначено, що найбільшою мірою вирішенню цього завдання відповідає концепція, механізми та інструменти соціальної відповідальності, державно-приватного партнерства на селі, соціального підприємництва.

Як правило, сільські жителі працюють у фермерських та особистих селянських господарствах для забезпечення власних продовольчих потреб й додаткових грошових доходів. Для підвищення їх продуктивності необхідним вважаємо удосконалення виробничого й трудового потенціалу. Також велике значення має підтримка та розвиток соціальної та виробничої інфраструктури, альтернативних видів зайнятості, економіки сільських територій загалом. Цьому сприяє організаційна діяльність сільських територіальних громад, децентралізація влади, фінансування, здійснення інших заходів адміністративно-територіальної реформи на селі щодо оптимізації розвитку соціальної інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи підвищення зайнятості сільського населення на засадах соціальної відповідальності агробізнесу. Ефективна економіка. № 12. 2015. Режим доступу до журналу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.
2. Яворська А.В. Особливості зайнятості та відродження трудового потенціалу. *Україна: аспекти праці*. 2014. № 6. С. 46–51.
3. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 470 с.
4. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 266 с.

Кайнаш А. П.

к.т.н., доцент кафедри харчових технологій

Будник Н. В.

к.т.н., доцент кафедри харчових технологій

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ ДЛЯ ДІТЕЙ

Однією з умов повноцінного розвитку майбутнього покоління є збалансоване харчування. Правильна організація харчування з перших днів життя дитини підвищує захисні реакції організму і відіграє важливу роль у профілактиці захворювань. Здорове харчування є одним із найважливіших чинників, які визначають здоров'я дітей.

Актуальність теми полягає в тому, що забезпечення ринку України продуктами дитячого харчування вітчизняного походження є неповним. Досить велику частку імпортової продукції складають товари таких категорій: дитячі молочні суміші, соки та пюре, а також повністю імпортується консервована продукція на м'ясній та рибній основі. Зважаючи на складний стан економіки, значне падіння курсу національної валюти, зниження купівельної спроможності громадян, згортання торговельних відносин з РФ, значно підвищується актуальність проблеми продовольчої безпеки на ринку продуктів дитячого харчування [1]. Сьогодні немає гарантій, що українські малюки їдять здорову їжу, що призначена тільки для них.

Теоретичну основу дослідження проблем вітчизняного ринку дитячого харчування, та шляхів їх вирішення склали наукові праці таких учених, як: І. М. Демчак, О. М. Полонської та А. Ю. Мамочки, Г. Є. Поліщука, І. З. Должанського, Г. О. Вороніна, О. І. Куця та В. С. Пахолюка, а також Закон України «Про дитяче харчування», публікації у галузевих виданнях та журналах.

Метою даної роботи є дослідження якості кисломолочних напоїв для дітей на відповідність вимогам нормативної документації.

Продукти для дитячого харчування на молочній основі призначені для харчування здорових і хворих дітей різних вікових груп. Асортимент цих продуктів узгоджений з органами охорони здоров'я з урахуванням фізіологічних потреб дитячого організму в поживних речовинах. Їх застосовують для штучного годування дітей першого року життя в разі часткової або повної відсутності материнського молока. У літературних джерелах наводяться численні класифікації продуктів цієї групи. У деяких джерелах медичного характеру вказується на доцільність групування продуктів за ступенем їх відповідності віковим фізіолого-біохімічним особливостям дитячого організму, за видом використаної сировини і

особливостями хімічного складу; в технічній літературі - за способами технологічного оброблення, консистенції та ін. [1].

Згідно з «Гігієнічними вимогами до продуктів дитячого харчування, параметрів безпечності та окремих показників їх якості» [2], що в Україні введені в дію у вересні 2015 року кисломолочні продукти відносяться до третьої групи продуктів дитячого харчування [1]. До кисломолочних напоїв для дитячого харчування відносять кефір та йогурт, що призначені для штучного або змішаного годування дітей від 8-ми місяців. Вони характеризуються низькою кислотністю (70...100 °Т), з масовою часткою жиру 2,5 і 3,2 %.

Для проведення досліджень в супермаркеті «Сільпо» м. Полтава було закуплено чотири зразки кисломолочних напоїв для дітей: зразок №1 – кефір «Малятко» ТМ «Злагода» (ПАТ «Комбінат «Придніпровський» м. Дніпро); зразок №2 – кефір ТМ «Агуша» (ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна», виготовлено на замовлення ТОВ «Сандора», Миколаївська обл.); зразок №3 – йогурт з наповнювачем фруктовим «Персик» ТМ «Яготинське для дітей» (філія ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» Київська обл.); зразок №4 – йогурт з фруктовим наповнювачем «Персик», ТМ «Агуша» (ПАТ «Вімм-Білл-Данн Україна», виготовлено на замовлення ТОВ «Сандора», Миколаївська область).

При проведенні досліджень були застосовані такі методи: органолептичний, баловий, лабораторний (визначення масової частки сухих речовин, титрованої кислотності) та мікробіологічний (визначення кількості МАФАНМ, грибів та дріжджів) за стандартними методиками.

Оцінку якості кисломолочних напоїв для дітей проводили згідно ДСТУ 7710:2015 «Продукти кисломолочні для дитячого харчування. Загальні технічні умови» [3].

Результати досліджень органолептичних показників показали, що всі досліджувані зразки напоїв відповідають вимогам ДСТУ 7710:2015 [3].

При проведенні органолептичних досліджень також проводилась дегустація кисломолочних напоїв для дітей за 20-ти баловою шкалою. Результати балової оцінки якості зразків кефірів та йогуртів для дитячого харчування показали, що кефір ТМ «Агуша» дегустаторам сподобався більше (16,0 балів – «добра» якість), ніж кефір ТМ «Злагода» (15,7 бала – «добра» якість).

Порівнявши між собою зразки йогурту для дітей, можна зробити висновок, що йогурт ТМ «Агуша» отримав 18,0 балів, що свідчить про «відмінну» якість, а йогурт ТМ «Яготинське для дітей» – 15,7 балів, що відповідає якості «добре».

Із фізико-хімічних показників у кисломолочних напоях визначали масову частку сухих речовин [4] і титровану кислотність [5] за стандартними методиками. Результати досліджень наведені в табл.1.

Таблиця 1 – Результати оцінки якості дитячих кефірів та йогуртів за фізико-хімічними показниками

Назва показника	Норма за стандартом	Досліджу- ваний зразок №1	Досліджу- ваний зразок №2	Досліджу- ваний зразок №3	Досліджу- ваний зразок №4
Масова частка сухих речовин, %, не менше ніж	для кефіру та йогурту - 11,0 %	11,40	11,22	18,47	20,11
Титрована кислотність °Т	для кефіру - 80,0 - 100,0 для йогурту - 70,0 - 100,0	156,0	100,0	130,0	142,0

За масовою часткою сухих речовин, усі зразки кефірів і йогуртів відповідають вимогам ДСТУ 7710:2015 [3].

Показник «титрована кислотність» в усіх зразках, крім зразка №2 ТМ «Агуша», перевищує встановлену норму згідно ДСТУ 7710:2015 [3].

Мікробіологічні показники якості кисломолочних напоїв для дітей також визначали за стандартними методиками [6], результати цих досліджень наведені в табл. 2.

Таблиця 2 - Результати оцінки якості дитячих кефірів та йогуртів за мікробіологічними показниками

Зразок	КМАФАнМ, КУО/г	Гриби, КУО/г	Дріжджі, КУО/г
Норма за стандартом	Згідно з ГОСТ 30705-2000 [6] норма 1×10^5	Згідно ДСТУ 7710:2015 [3] не більше 10	Згідно ДСТУ 7710:2015 [3] не більше 10
№1 – кефір ТМ «Злагода»	$2,4 \times 10^3$	$1,4 \times 10^2$	-
№2 – кефір ТМ «Агуша»	$2,6 \times 10^3$	$1,9 \times 10^3$	-
№3 – йогурт ТМ «Яготинське для дітей	6×10^3	$1,6 \times 10^2$	-
№4 – йогурт ТМ «Агуша»	$5,8 \times 10^3$	$2,1 \times 10^3$	-

За результатами проведених досліджень було встановлено, що кількість МАФАнМ в усіх зразках відповідає нормі згідно з ГОСТ 30705-2000 [6]. За кількістю грибів у досліджуваних зразках можна зробити наступні висновки: у кефірі ТМ «Злагода» показник перевищує норму в 14 разів; у кефірі ТМ

«Агуша» – перевищує норму в 190 разів; у йогурті ТМ «Яготинське для дітей» – перевищує норму в 16 разів; у йогурті ТМ «Агуша» – перевищує норму в 210 разів.

У зразках №1; 3; 4 були виявлені гриби роду аспергілюс (*Aspergillus*), а в зразку №2 – гриби роду пеніциліум (*Penicillium*) і аспергілюс (*Aspergillus*). Необхідно зауважити, що плісеньові гриби викликають алергічні реакції у дітей, так як дитяча імунна система ще недостатньо зміцніла.

Дріжджів не було виявлено в жодному з досліджуваних зразків.

Таким чином, у результаті дослідження встановлено, що лише кефір ТМ «Агуша» за органолептичними та фізико-хімічними показниками відповідає вимогам ДСТУ 7710:2015 [3]. За результатами визначення мікробіологічних показників (кількість грибів) всі дослідні зразки кисломолочних напоїв для дітей не відповідають вимогам діючого стандарту.

Отже, немає жодного досліджуваного зразка кисломолочних напоїв для дітей, який би відповідав вимогам діючої нормативної документації.

Список використаних джерел

1. Ткаченко Н. А. Особливості класифікацій продуктів дитячого харчування в Україні та світі / Н. А. Ткаченко // Науково-виробничий журнал «Харчова наука і технологія» Одеської національної академії харчових технологій. – Одеса : ОНАХТ, 2016. – Вип. 1.– Т. 10. – С.16-25.
2. Про затвердження Гігієнічних вимог до продуктів дитячого харчування, параметрів безпечності та окремих показників їх якості. [Електронний ресурс]. – Електрон. дан. – 2015. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1380-13>
3. Продукти кисломолочні для дитячого харчування. Загальні технічні умови : ДСТУ 7710:2015; введ. 01.08.2016. Національний стандарт України, 2015. – 17 с.
4. Продукты молочные для детского питания. Методы определения влаги и сухих веществ : ГОСТ 30648.3-99; введ. 01.10.2000. – Межгосударственный стандарт, 1999. – 8 с.
5. Продукты молочные для детского питания. Титриметрические методы определения кислотности : ГОСТ 30648.4-99; введ. 01.10.2000. – Межгосударственный стандарт, 1999. – 8 с.
6. Продукты молочные для детского питания. Метод определения общего количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов : ГОСТ 30705-2000; введ. 01.02.2002 – Межгосударственный стандарт, 2000. – 9 с.

Калашник О. В.

к.т.н., доцент кафедри підприємництва і права

Заркуа К. Р.

магістр спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Калашник О. Д.

бакалавр, Варненський університет менеджменту, м. Варна, Болгарія

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ АСОРТИМЕНТУ

МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ

Надзвичайно велике значення для управління асортиментом і якістю товарів є їх класифікація, яка дозволяє вивчати безліч різноманітних товарів і раціонально організовувати торгівлю ними. Класифікація товарів являє собою систему упорядкованого розподілу товарів на класи, групи й інші підрозділи у логічній послідовності зі супідрядністю залежно від певних загальних ознак [1].

Тобто в будь-якій класифікації виділяють ознаки, які дозволяють окреслити об'єкт класифікації, відрізнити його поміж інших природних об'єктів і на основі принципів класифікаційного розподілу створити можливість зручного практичного використання класифікації для конкретної мети. Цим пояснюється велика кількість класифікацій [2].

Україна надзвичайно багата різноманітними лікувальними ресурсами. На її території більш як 500 джерел мінеральних вод, на базі яких функціонує 50 курортів, понад 20 лікувальних закладів, близько 40 заводів по розливу мінеральних вод. Серед виявлених 104 родовищ лікувальних грязей 57 відносяться до перспективних. Загальна довжина всіх природних пляжів Азово-Чорноморського узбережжя становить 1160 км, а їх нормативна разова місткість – 4,2 млн чоловік. Значний лікувальний потенціал акумулювали в собі такі річки, як Дніпро, Дністер, Сейм, Сіверський Донець, озера Волині, Поділля, Карпат тощо [3].

Природні мінеральні води являють собою підземні води з підвищеним вмістом активних хімічних компонентів і газів (вуглекислота, сірководень). До мінеральних питних вод відносять води з мінералізацією не менше 1 г/дм³ мінеральних солей або при меншій мінералізації, але містять біологічно активні компоненти – залізо, миш'як, бром, йод тощо.

Для кращого розумінні поділу води мінеральної проаналізуємо нормативні документи на неї.

У США категорії присуджує Standards of Identity for bottled water і поділяє воду на: артезіанську (artesian), земну (ground), оброблену фтором (fluoridated), мінеральну (mineral), очищену (purified), газовану (sparkling), ключову (spring), стерилізовану (sterile water).

У Європейському союзі, згідно Regulations for bottled water, воду поділяють на: мінеральну (mineral water) та джерельну воду (spring water) [4].

В основу класифікації можна покласти класифікацію, застосовану у ICBWA Model Code (Кодекс зразкового виробництва Міжнародної ради асоціацій виробників фасованих вод) з урахуванням визначень європейських документів (Загальний стандарт на природні мінеральні води (CODEX STAN 108-1981, Загальний стандарт для упакованих питних вод (які відрізняються від мінеральних) CODEX STAN 227-2001). Питні фасовані води залежно від водооброблення поділяють на:

- необроблені – води встановленого місця походження (характеристики подані в ICBWA Model Code);
- оброблені – води, які можуть походити з будь-якого питного джерела (підземного чи наземного) і які не мають жодних обмежень щодо очищення [5].

Відповідно до CODEX STAN 108-1981 FOR NATURAL MINERAL WATERS [6] природні мінеральні води поділяють на

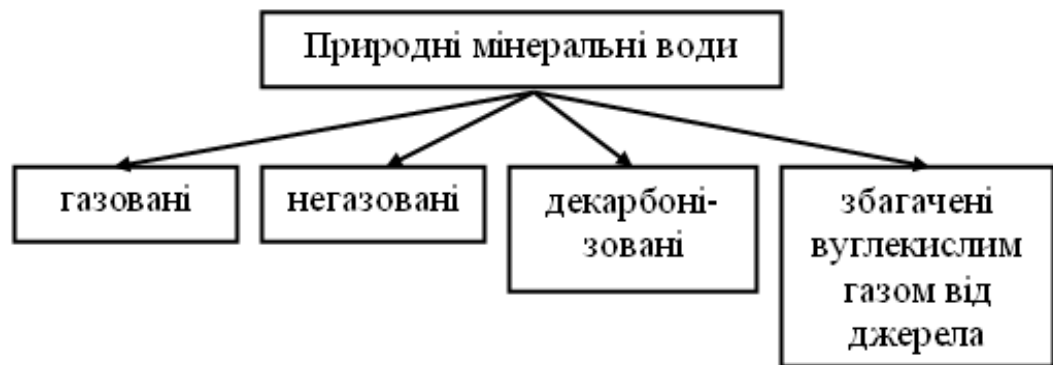


Рис. 1. Класифікація природних мінеральних вод відповідно до CODEX STAN 108-1981

CODEX STAN 227-2001 [7] виділяє *упаковані води* відмінні від натуральних мінеральних вод, призначені для вживання людиною і можуть містити мінеральні речовини натурального походження або штучно внесені; проте вони не повинні містити цукрів, підсолоджувачів, ароматизаторів або інших харчових добавок. Їх поділяють на води: певного походження; оброблені

Класифікація вод в Україні дуже схожа із світовою. Води поділяються на природні мінеральні та упаковані (бутильовані) води [4].

Відповідно ДСТУ 878-93 [8] фасовані мінеральні води класифікують за такими ознаками:

– залежно від загальної мінералізації, наявності специфічних біологічно активних компонентів та сполук – природні столові; розведені столові; природні лікувально-столові; розведені лікувально-столові; природні лікувальні.

– за наявністю діоксиду вуглецю – негазовані; насичені діоксидом вуглецю;

– за походженням диоксида вуглецю – природно газовані; штучно газовані.

– за ступенем насиченості диоксидом вуглецю (як природно, так і штучно газовані) – слабогазовані та сильногазовані.

Окрім того, залежно від наявності аніонів і катіонів води поділяють на 31 групу, що відноситься до одного з п'яти типів (за переважанням солей або газів): гідрокарбонатні, гідрокарбонатні хлоридні натрієві, сульфатні, йодвміщуючі, кремністі, сульфідні, води, що вміщують кальцій, магній, бром, миш'як, родан тощо.

Мікроелементи, що містяться в мінеральних водах, проявляють специфічну фізіологічну дію. Виділяють 2 групи мікроелементів, які відрізняються за характером дії:

- миш'як, залізо, кобальт, мідь, марганець та інші важкі метали.
- йод, бром.

Терапевтична дія мінеральних вод при захворюваннях шлунково-кишкового тракту пов'язана не тільки з солями, мікроелементами, а також з органічними речовинами, основну масу серед яких становлять гуміни та бітуми (до 80-90%). В лікувальних водах органічних речовин повинно бути не більше 30 мг/л, а в лікувально-столових – 10 мг/л. Вони є середовищем для життєдіяльності мікроорганізмів, які виробляють антибактеріальні та гормональні речовини.

Характер активної реакції води (рН) впливає на лікувальну дію. Вода с рН 5,5 і більше 8,6 для внутрішнього застосування не рекомендується. Для питного лікування застосовують тільки слабокислі, нейтральні та слаболужні води [9].

Існують також інші класифікації мінеральних вод, наприклад у роботі [5] класифіковано 323 українських родовища і проявів мінеральних вод – упорядкований список, за яким присвоєний класифікаційний порядковий номер типу води. За номером можна швидко знайти воду в класифікації і отримати з одного рядка класифікаційної таблиці такі відомості:

- склад води, вказаний і формулою Курлова, повна назва води, шифр;
- українські, російські та інші зарубіжні аналоги;
- застосування води – внутрішнє, зовнішнє, комплексне;
- застосування вод в Україні, Росії та інших країнах;
- для вод з специфічними компонентами – відомості про вміст цих компонентів;
- для вод з специфічними властивостями – відомості про ці властивості.
- розташування родовища води по областях України.

Таким чином, у міжнародних нормативних документах встановлені ознаки класифікації води мінеральної за певними ознаками (походження (артезіанська, джерельна, мінеральна тощо); спосіб обробки (оброблені, необроблені, карбонізовані тощо); упакування тощо).

Список використаних джерел

1. Поняття про класифікацію товарів та її категорії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://intranet.tdmu.edu.ua/data/kafedra/internal/upr_ekon/lectures_stud/uk/pharm/trpkz/ptn/. – Назва з екрану.
2. Перша українська класифікація мінеральних вод [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://cleanwater.org.ua/persha-ukrajinska-klassyfikatsiya-mineralnyh-vod/>. – Назва з екрану.
3. Лікувальні мінеральні води України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://geoknigi.com/book_view.php?id=485 – Назва з екрану.
4. Класифікація вод [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: http://sklo.kiev.ua/?mid=11&action=news_detail&new_id=1520. – Назва з екрану.
5. Цінність питних вод [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.harchovyk.com/content/detail/382>. – Назва з екрану.
6. CODEX STAN 108-1981 FOR NATURAL MINERAL WATERS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/Admin/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/CXS_108e.pdf. – Назва з екрану.
7. GENERAL STANDARD FOR BOTTLED/ PACKAGED DRINKING WATERS (Other than Natural Mineral Waters). CODEX STAN 227-2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: ftp://ftp.fao.org/codex/Publications/Booklets/Waters/Water_RU.pd – Назва з екрану
8. Води мінеральні фасовані. Технічні умови. ДСТУ 878 - 93 – [Дата введення 01.01.94]. – К.: Держстандарт України. 1994 – 90 с. (Державний стандарт України)
9. Мінеральні води, їх характеристика, застосування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: intranet.tdmu.edu.ua/data/kafedra/internal/pharma_3/classes_stud/фармацевтичний%20факультет/5%20курс/фармація/українська/03%20мін.%20води.htm. – Назва з екрану.

Калашник О. В.

к.т.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент,

Портяник М. І.

здобувач вищої спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

КРУПА ГРЕЧАНА: СКЛАД, ВЛАСТИВОСТІ ТА ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ

Крупи мають широке і різноманітне застосування в гастрономії і дієтичному харчуванні. Вони є одним з важливих продовольчих товарів у торгівлі, їх використовують у побуті для приготування каш, супів та інших кулінарних виробів. Крупи йдуть також на виробництво харчових концентратів і недорогих видів стерилізованих консервів. Крім того, перевагами крупів є те, що вони придатні для тривалого зберігання і перевезень на далекі відстані [1].

Гречка – круп'яна культура, не відноситься до категорії хлібних злаків, але набагато корисніша інших зернових культур, рослина сімейства гречаних. Гречана крупа являє собою трикутної форми насіння, які забарвлені залежно від обробки.

Перевагою гречаної крупи є стійкість до підвищеної вологості, не гіркне під час тривалого зберігання [2]. Гречана крупа не схильна до генної модифікації [3].

Високий вміст вуглеводів (58,2 г) забезпечує швидке насичення продуктом. За вмістом білків (13 г) гречка порівнянна з м'ясом, але при цьому перша «виграє» завдяки низькому вмісту жирів (3,6 г). Калорійність гречки ядриця становить 308 кКал на 100 грам. Незважаючи на високий вміст калорій, все речовини, що входять до складу крупи, повністю засвоюються організмом. Калорійність гречки на воді втричі нижче – 103,3 кКал [3].

У крупі гречаній десятки корисних мікроелементів та вітамінів (Е (альфа-токоферол) – 0,8 мг; А – 2 мкг; В₁ – 0,43 мг; В₂ – 0,2 мг; В₃ (РР) – 4,2 мг; В₆ – 0,4 мг; В₉ – 32 мкг; Е (токоферол) – 6,65 мг; бета-каротин – 0,01 мг; РР (ніациновий еквівалент) – 7,2 мг).

Відомо [4], що за кількістю вітамінів групи В крупа гречана займає перше місце серед більшості круп'яних культур. Окрім того, крупа гречана відрізняється підвищеним вмістом жиророзчинного вітаміну Е (токоферолу) – представник групи антиоксидантів.

За свідченнями [4,] відомо, що до складу гречки входять калій – 380 мг, фосфор – 298 мг, магній – 200 мг, натрій – 3 мг, кальцій – 20 мг, ферум – 6,7 мг, мідь – 640 мкг, йод – 3,3 мкг, цинк – 2,05 мг, кобальт – 3,1 мкг, нікель – 10,1 мкг, молібден – 34,4 мкг, що робить гречану кашу корисною для організму людини.

До складу гречки входять насичені і ненасичені амінокислоти і кислоти, полі- і моносахариди, мінерали [3]. У білку гречаної каші містяться такі амінокислоти, як метіонін і лізин (вони дуже швидко засвоюються організмом) [5]. Гречка – джерело щавлевої, яблучної і лимонної, фолієвої кислоти, а також лізину і аргініну. Лимонна і яблучна кислота у складі гречки прискорюють засвоєння їжі, що особливо важливо при захворюваннях травної системи.

За свідченням [4, 6] крупа гречана має унікальний хімічний складу, споживання всього 100 г гречаної крупи забезпечує від 10 до 25 % добової потреби дорослої людини в необхідних мікронутрієнтах. Таким чином її вважають універсальним компонентом із високим вмістом біологічно активних речовин, одним із цінних продуктів оздоровчого, дієтичного та дитячого харчування. Вона

- сприяє нормалізації обміну речовин;
- сприятливо позначається роботі шлунково-кишкового тракту, робить корисний вплив на печінку, можна вживати при гастриті, панкреатиті;
- флавоноїди, що містяться в її складі, запобігають виникненню тромбозу, знижують ризик виникнення онкологічних захворювань, зберігають клітини, перешкоджаючи окислювальним процесам, що сприяє профілактиці раку;
- завдяки вмісту органічного цукру, гречка нормалізує вміст цукру в крові, що корисно для хворих на діабет;
- фолієва кислота зміцнює серце і судини, сприяє кровотворенню, допомагає в лікуванні лейкемії, анемії, лейкозів;
- клітковина виводить з організму шлаки.
- перешкоджає виникненню набряків та допомагає при гіпертонії;
- допомагає в лікуванні ревматизму, артриту [5].

Список

1. Классификация, пищевая ценность и экспертиза качества крупы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.food24news.ru/warenkunde/223544.html#.WDs2wrKLTiU>. – Назва з екрану.
2. Крупа гречневая [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.znaytovar.ru/s/Krupa-grechnevaya.html>. – Назва з екрану.
3. Гречка — польза, вред и всё, что нужно знать об этой крупе [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://cross.expert/zdorovoe-pitanie/produkty-pitaniya/grechka.html>. – Назва з екрану.
4. Вітамінний і мінеральний склад крупів із гречки / А. Дубініна, Т. Попова, С. Ленерт // Товари і ринки. – 2014. – № 2. – С. 106-115. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tovary_2014_2_13.
5. Вся правда про користь гречки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://medfond.com/korysni-produkty/vsya-pravda-pro-korist-grechki.html>. – Назва з екрану.

6. Гречиха: биологические возможности и пути их реализации / Н. В. Парахин // Вестн. ОрелГАУ. – 2010. – № 4 (25). – С. 4-8.

Калініченко О. В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства, Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава, Україна

Федірець О. В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава, Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розв'язати нагальні проблеми, які виникли в аграрному секторі національної економіки України і стосуються ефективного використання енергетичних ресурсів, може такий напрям наукової та практичної діяльності, як енергетичний менеджмент.

Сільське господарство є складною природно-біологічною та економічною системою, відтворення в якій базується на використанні трудових ресурсів, земельних ресурсів, інформаційних ресурсів, енергетичних ресурсів, сільськогосподарських рослин та тварин, механізації виробничих процесів. Це вимагає залучення, переважно, вичерпних матеріальних та енергетичних ресурсів, вартість яких постійно збільшується. Крім того, процес виробництва сільськогосподарської продукції обумовлений особливостями аграрної сфери: біокліматичні умови, рівень розвитку технологій, рівень технічного забезпечення, організаційно-економічні. Це знижує рівномірність і щільність споживання енергії, збільшує протяжність енергетичних розподільчих систем, обумовлює необхідність створення в сільському господарстві значних резервів енергетичних ресурсів для задоволення потреб у них в періоди пікового навантаження.

Енергетичний менеджмент в аграрній сфері – це процес, спрямований на визначення і реалізацію оптимальних витрат енергетичних ресурсів та раціональних шляхів їх досягнення. Мета раціоналізації енергоспоживання повинна відповідати наступним вимогам: визначеність, чіткість, досяжність, відповідність вимогам об'єктивних законів розвитку економіки, відповідність цілям вищого порядку [5, с. 163 – 164].

У свою чергу, менеджмент енергозбереження – це система управління, яка забезпечує роботу суб'єкта господарювання, при якій споживається тільки необхідна для виробництва кількість палива і енергії [2, с. 7].

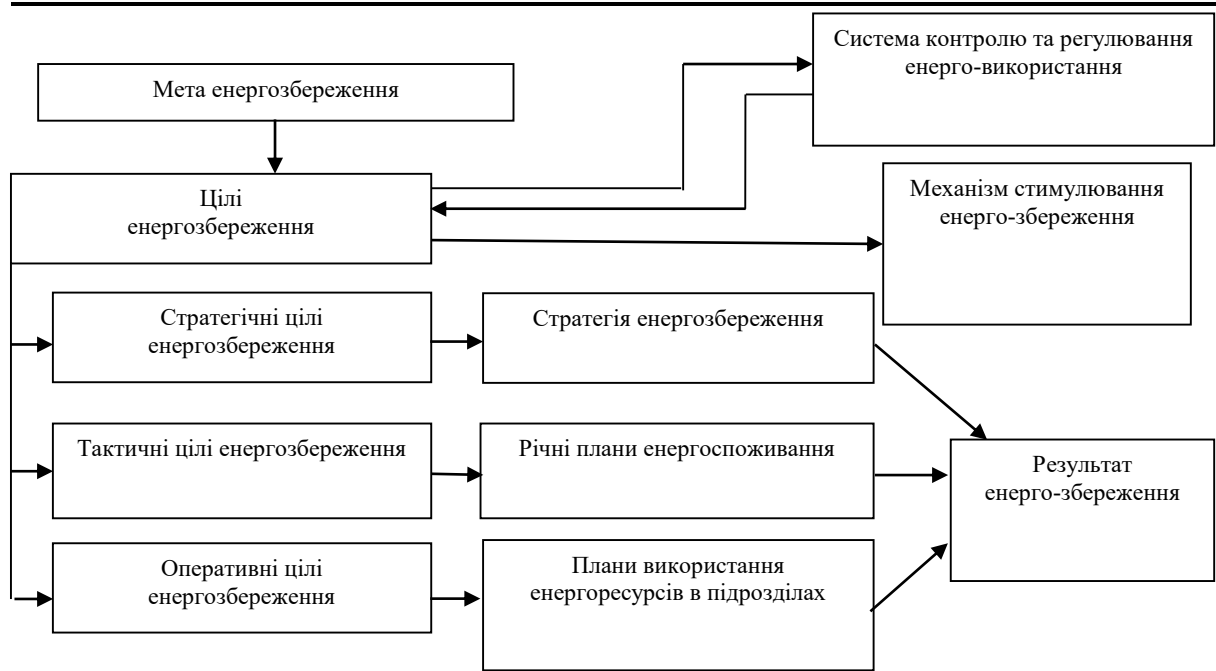


Рис. 1. Блок-схема енергетичного менеджменту аграрного підприємства
Джерело: опрацьовано авторами на основі [5, с. 54]

Потенціал енергозбереження аграрного підприємства – це сукупність потенційних можливостей підприємства щодо економії енергії, ресурсів та засобів, необхідних для реалізації цих можливостей з урахуванням рівня специфіки енергоспоживання у сільському господарстві.

Механізм енергозбереження – це сукупність структур, норм, методів і засобів управління процесом енергозбереження, що ґрунтуються на раціональному споживанні енергетичних ресурсів. При цьому процес раціонального енергоспоживання доцільно розглядати в межах функціонування системи енергетичного менеджменту аграрного підприємства (рис. 1).

Система енергетичного менеджменту – частина загальної системи управління підприємством, яка включає в себе організаційну структуру, функції управління, обов'язки та відповідальність, процедури, процеси, ресурси для формування, впровадження, досягнення цілей політики енергозбереження [2, с. 9]. З іншої точки зору, система енергетичного менеджменту аграрного підприємства – це комплекс організаційних, технічних засобів і програмно-методичного забезпечення, що у сукупності дозволяють керувати виробничим процесом у такий спосіб, щоб споживалася тільки мінімально необхідна кількість паливно-енергетичних ресурсів для виробництва визначеної кількості продукції або послуг [3, с. 13].

Виділяють три основні рівні прийняття рішень про впровадження енергоощадних заходів у сільськогосподарське виробництво. По-перше, це макроекономічний (загальний) рівень, на якому вирішуються питання про структурну перебудову національної економіки України, формуються державні стандарти енергоспоживання тощо. По-друге, це галузевий і

регіональний рівень, де мають прийматися рішення про розміщення державного замовлення (контракту) на сільськогосподарську продукцію з урахуванням енергетичної ефективності її виробництва. По-третє, це рівень мікроекономічний (аграрних підприємств), де здійснюється конкретизація рішень, прийнятих на вищих структурних рівнях управління, тобто безпосередньо впроваджуються енергоощадні заходи [1, с. 133].

Пошук резервів енергозбереження в аграрних підприємствах необхідно вести у таких напрямках, як:

1. Організаційно-економічний: удосконалення системи управління в аграрному підприємстві; підвищення рівня кваліфікації працівників; підвищення моральної та матеріальної зацікавленості працівників у енергозбереженні; раціональне співвідношення галузей; систематичне планування сільськогосподарського виробництва; нормування та планування використання виробничих ресурсів; контроль та облік використання енергетичних ресурсів; підвищення технічного рівня обслуговування засобів виробництва; поступове оновлення техніко-технологічної бази виробництва.

2. Агротехнологічний: дотримання науково обґрунтованих сівозмін; впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій у рослинництві; раціоналізація енерго- та ресурсозбереження в тваринництві; використання нових гібридів, використання насіння високого класу; дотримання науково обґрунтованих систем удобрення; застосування інтегрованих (агротехнічних, хімічних та біологічних) методів захисту посівів від шкідників, хвороб і бур'янів; підвищення ефективності транспортних операцій.

3. Технічний: покращення матеріально-технічного забезпечення; оптимізація системи машин; підвищення ефективності зберігання енергетичних ресурсів; модернізація засобів виробництва; застосування приладів контролю та обліку використання енергетичних ресурсів; раціональне завантаження енергообладнання; впровадження паливозберігаючих пристроїв в електрообладнанні, приміщеннях та теплообладнанні; застосування нових енергозберігаючих машин та обладнання [4, с. 307 – 308].

Таким чином, комплексне застосування заходів за зазначеними напрямками дає можливість зменшити енергомісткість виробництва сільськогосподарської продукції та підвищити економічну та енергетичну ефективність аграрного підприємства.

Література

1. Дзядакевич Ю. В. Енергетичний менеджмент / Ю. В. Дзядакевич, М. В. Буряк, Р. І. Розум. – Тернопіль: Економічна думка, 2010. – 295 с.
2. Енергетичний менеджмент / Ю. В. Дзядакевич, М. В. Буряк, Р. І. Розум. – Тернопіль: Економічна думка, 2010. – 295 с.

3. Енергетичний менеджмент: [навч. посіб.] / [А. В. Праховник, В. П. Розен, О. В. Розумовський та ін.]. – К.: Київська нотна ф-ка, 1999. – 184 с.

4. Калініченко О. В. Економіка підприємства. Практикум : [навчальний посібник] / О. В. Калініченко, О. Д. Плотник. – К. : Кондор, 2012. – 600 с.

5. Українська енергетика // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua-energy.org/post/6472>.

*Кальян О.С., к.ю.н., доцент, професор
кафедри підприємництва і права
Махмудов Х.З. д.е.н., професор
кафедри підприємництва і права
Козаченко Ю.А., к.ю.н., доцент
кафедри підприємництва і права
Полтавська державна аграрна
академія, Україна, м. Полтава*

ОКРЕМІ ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ПИТАННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОВЕДЕННЯ СУДОВИХ ЕКСПЕРТИЗ

Як відомо, класичні види експертиз забезпечені відповідними методами, методиками і спеціальним обладнанням. Окрім того у спірних випадках можна звернутися до наукової та довідникової літератури, загальновідомих офіційно оприлюднених методик або до висококваліфікованих фахівців, які мають багаторічний досвід роботи у науково-дослідних, судово-експертних установах чи закладах вищої освіти. Проте у цивільному, господарському, адміністративному так і кримінальному процесах нерідко виникають завдання, що вимагають вирішення шляхом залучення фахівців-експертів з галузей науки, техніки, мистецтва чи будь-якої іншої професійної діяльності, які мають спеціальні знання [1-5].

Вчені та фахівці-практики давно займаються проблемами, пов'язаними з методиками проведення судових експертиз. Однак наразі залишаються невирішеними проблеми теоретичного і практичного характеру.

Одним із актуальних питань є те, що при наявності конкуруючих теоретично і науково обґрунтованих методик, у кримінальному процесі з'являється можливість обирати більш «доцільну та науково обґрунтовану» методику сторонами обвинувачення та захисту, що як результат може мати наявність в справі протилежних за змістом висновків і призвести до затягування строків здійснення кримінального судочинства.

Крім того, відповідна конкуренція методик певним чином піддає сумніву об'єктивність висновків судового експерта, оскільки при варіативності наукового обґрунтування протилежних висновків відсутнє переконання у достовірності отриманих результатів у процесі експертного дослідження [8].

Офіційною електронною базою даних, що ведеться з метою створення інформаційного фонду про наявність методик проведення судових експертиз, які атестовані та рекомендовані до впровадження в експертну практику відповідно до Порядку атестації та державної реєстрації методик проведення судових експертиз, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 02.07.2008 № 595 є реєстр методик проведення судових експертиз де в установленому порядку систематизуються і акумулюється методичний ресурс [7].

Як держатель Реєстру методик проведення судових експертиз, відповідно до вищезазначеної Постанови Кабінету Міністрів України визначено Міністерство юстиції України. Наразі він містить 1270 методик за різними класами.

Запровадження реєстру методик проведення судових експертиз, безсумнівно, є позитивною тенденцією в систематизації і кроком вперед на зустріч європейським цінностям. Однак невирішеними залишаються питання доступності зареєстрованих методик для практичного впровадження і використання експертами та учасниками юрисдикційних процесів з метою подальшої належної правової оцінки експертних висновків. Наразі у практиці зустрічаються ситуації коли працівники експертної служби МВС України не орієнтуються у методиці, напрацьованій, наприклад, науково-дослідним інститутом судових експертиз Міністерства юстиції України, і, навпаки [8].

З метою вирішення проблем у відповідній сфері, повинно бути забезпечено регулярне видання методик експертиз окремими збірками, розповсюдження у колі провідних експертних установ України та інших зацікавлених осіб.

Слід відзначити, що методики, які застосовуються у судово-експертній діяльності в Україні потребують постійної подальшої адаптації та належного наукового обґрунтування з урахуванням темпоральних змін суспільних відносин і необхідності приведення методик сучасної технічної бази та інформаційної бази.

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України від 5 квітня 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. № 2526. ст.131
2. Господарський процесуальний кодекс України від 6 листопада 1991 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. № 6. Ст.56
3. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. № 16184// Відомості Верховної Ради України. 2004, № 40–42. Ст. 492
4. Кодекс адміністративного судочинства України від 06 липня 2005 р. № 2747IV // Відомості Верховної Ради України. – 2005. № 25. ст. 131
5. Кримінальний процесуальний кодекс України від 13.04.2012 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2013. № 910. Ст.474
6. Закон України від 25 лютого 1994 року № 4038XII «Про судову експертизу» // Відомості Верховної Ради України. 1994. № 28. Ст. 232

7. Постанова Кабінету Міністрів України від 02.07.2008 року №595 «Про затвердження Порядку атестації та державної реєстрації методик проведення судових експертиз» // Офіційний вісник України. – 2008. № 49. Ст. 33

8. Методики проведення судових експертиз: проблемно-орієнтувальний аналіз / Я. І. Слободян // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). - 2013. - № 1. - С. 265-272. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boz_2013_1_32 с.

Калюжна Ю.П.

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Даниленко В.І

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Боровик Т.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинг в сьогоденні здійснюється в умовах більш жорсткої конкуренції ніж в минулому. До того ж змінюються не лише економічні фактори, що зумовлені інтернаціоналізацією світового господарства та зростанням кількості фірм-конкурентів. Насамперед, змінюються споживачі. Вони стають на багато більш вибагливими та висувають нові й нові вимоги до продуктів та послуг, які мають задовольняти їх потреби. Тому, тільки глобальна орієнтація маркетингу дозволить сучасним українським компаніям виживати та конкурувати в жорстких умовах міжнародного ринку.

Окремі питання маркетингових аспектів в діяльності сільськогосподарських підприємств висвітлені у працях таких вчених, як О. Єранкін, О. Красноручий, В. Перебийніс, В. Писаренко, В. Рибінцев, І. Соловійов.

Аграрна галузь є, мабуть, однією з найбільш оптимістичних галузей української економіки за останній рік. Складнощі та випробування підштовхнули нас до важливих рішень, що започаткували новий етап розвитку агросектора України. Наші сільськогосподарські товаровиробники отримали можливість доступу на ринки Ізраїлю, Єгипту, Китаю, Індії, Саудівської Аравії. У нас чудові перспективи розвитку аграрного експорту до країн Азії, Північної Африки, Близького Сходу. Останні роки видалися нелегкими для українського експорту. Ми втратили деякі традиційні ринки збуту та виробничі потужності, а кон'юнктура світового ринку виявилася не досить сприятливою. За підсумками 6 місяців 2016 р. експорт товарів у порівнянні з аналогічним періодом 2015 р. скоротився на 10,7 % і склав 16,6 млрд. доларів.

У структурі експорту товарів найбільшу частку склала продукція АПК та харчової промисловості (40,8%), продукція металургії (23,2 %) та машинобудування (12,3 %) [1].

Агросектор економіки країни має величезний потенціал. Наразі необхідно пришвидшити перехід на європейські стандарти виробництва для формування зовнішньоекономічного потенціалу і подальшого розширення зовнішньоекономічної діяльності.

Хоча Європейський Союз є дуже важливим торговельним партнером України в сегменті агропродовольчої продукції, участь окремих країн ЄС у зовнішній торгівлі аграрною продукцією з Україною є украй нерівнозначною.

За розрахунками науковців Інституту аграрної економіки, близько 70% всього аграрного товарообороту з ЄС формують шість країн – Польща, Іспанія, Нідерланди, Німеччина, Франція та Італія. При цьому вони займають лідируючі позиції, як в імпорті, так і в експорті.

Протягом 2008-2015 років кожна з цих країн імпортувала з України аграрної продукції більш ніж на 1 млрд. дол. США. Концентрація експорту на ринки країн ЄС характерна й для окремих товарних позицій. Більше половини українського експорту зернових припадає на Іспанію. До Франції експортують 17% олійних культур і 11% олії. Понад 20% олійних культур і практично чверть олії з України поставляють до Нідерландів. Близько 40% відходів харчової промисловості поставляють до Польщі.

Тому, сьогодні найбільшу увагу слід звернути на економічні питання організації аграрного виробництва, враховуючи обов'язково при цьому світову кон'юнктуру та аналіз зовнішніх ринків збуту сільськогосподарської продукції. Однак проблемою українського агроекспорту є мала поінформованість виробників про ті можливості, які відкрилися останнім часом на ринках світу. Все залежить від бажання компаній розвивати свій експортний потенціал, логістику, технології, шукати більш ефективніші методи маркетингової комунікації. Український бізнес здатний швидко наростити експорт у всіх напрямках агропромислового сектору, але нам потрібна не тільки переорієнтація ринків, а й модернізація технологій, самоорганізація бізнесу.

На загострення конкуренції впливає також різке розмежування світу на економічні зони. За ринки збуту змагаються між собою корпорації країн «великої трійки» – США, Японії і Західної Європи. У цю боротьбу все активніше включаються нові промислово розвинуті країни – Південна Корея, Тайвань, Сінгапур, Гонконг, Таїланд, Бразилія, Туреччина, Німеччина.

Рекламна діяльність в умовах ринку розглядається як високоефективний засіб конкурентної боротьби аграрних підприємств. Нові вимоги щодо їх діяльності обумовлюють значні зміни механізму господарювання, форм власності, характеру відносин між виробниками та споживачами в організації їх реклами.

Розвиток ринків збуту сільськогосподарської продукції України обмежений наступними причинами: не достатньо розвинута система дистрибуції продовольчих товарів, недосконалий маркетинг зовнішньоекономічної діяльності підприємств, відсутність адекватної до сучасних умов господарювання інфраструктури товарного ринку. Таким чином, основними умовами ефективного використання маркетингових аспектів аграрних підприємств є реалізація широкої експортної політики, належне інвестування (як внутрішнє, так і зовнішнє), і підвищення комунікативного і інформаційно-рекламного рівня.

Список використаних джерел

1. Кернасюк Ю. Зовнішньоекономічний орієнтир для українського агроекспорту / Ю. Кернасюк // Агробізнес Сьогодні. – 2016. – № 4 (323). – С. 15 – 18.
2. Офіційний сайт міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/16017>
3. Амеліна І.В. Міжнародні економічні відносини: [навчальний посібник] / І.В. Амеліна, Т.Л. Попова, С.В. Владимиров. – К.: «Центр навчальної літератури», 2013. – 256 с.

*Канцедал Н. А.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

КРЕДИТ-НОТА В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ: ПОНЯТТЯ ТА СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ

Кредит-нота вважається одним із «найзаплутаніших» фінансових інструментів у господарських відносинах підприємств України, оскільки не має чіткого законодавчого закріплення: від визначення поняття до методики застосування. Натомість, у міжнародній практиці кредит-нота застосовується у розрахунках достатньо широко як похідний інструмент, що розширює можливості кредитування, дозволяє більш якісно контролювати кредитні ризики, а також варіювати умови кредитування.

Популяризація кредит-ноти в Україні є об'єктивно виправданою, враховуючи той факт, що класичний кредит давно перестав відповідати потребам і можливостям сучасного бізнесу. Відповідно, кредит-нота (credit-note) використовується як передбачена договором альтернативна можливість змінити умови договору таким чином, щоб боржник отримав додаткову вигоду. Як правило, це стосується взаємовідносин між постачальниками та покупцями.

Сфера застосування поняття «кредит-нота» знаходиться у практичній площині бухгалтерського обліку підприємств, що здійснюють

зовнішньоекономічну діяльність.

Кредит-нота – це, перш за все розрахунковий документ, що надається у формі повідомлення постачальнику від покупця-нерезидента про запис в кредит рахунку постачальника певної суми щодо зменшення контрактної вартості товару за зовнішньоекономічною угодою.

Вимога щодо зменшення ціни товару повинна бути обґрунтованою, тобто розкривати обставини, що дають право такої вимоги покупцю.

Підставою для надсилання кредит-ноти можуть бути наступні причини: 1) недопоставка товару; 2) постачання бракованого товару; 3) виплати грошових мотиваційних виплат (премій чи бонусів); 4) компенсація певних додаткових витрат (передбачених договором); 5) надання знижок після поставки.

Так, наприклад, надання знижки на поставлений товар або виплата грошових мотиваційних та стимулюючих виплат (премій чи бонусів) може здійснювати у випадку виконання покупцем певних умов (наприклад, чіткого дотримання графіка замовлень). При виконанні цих умов постачальник шляхом виставлення покупцю кредит-ноти здійснює перегляд ціни товару в сторону зменшення на весь поставлений товар або перераховує покупцю винагороду в грошовій формі (бонус).

В окремих випадках кредит-нота може містити повідомлення про прощення боргу покупцю [1, с. 26].

Відмітимо, що за критерієм строковості кредит-нота є документом, що може застосовуватися після оприбуткування, а іноді – навіть після продажу отриманого від нерезидента-постачальника товару [2, с. 4].

Оскільки кредит-нота складається у довільній формі, теоретично вона може не містити обов'язкових реквізитів первинного документа. В такому випадку для набуття юридичних підстав відображення господарської операції за кредит-ноту, необхідно оформити бухгалтерську довідку або акт про встановлення нової ціни.

Важливе значення для облікового відображення таких операцій має часовий фактор застосування кредит-ноти: до оприбуткування товару чи після оприбуткування; до реалізації товару, чи після його реалізації.

Наприклад, національними стандартами не визначено порядок відображення в обліку знижки на товар, отриманої після його оприбуткування. Натомість згідно п. 11 МСБО 2 «Запаси» торговельні знижки віднімають від витрат, пов'язаних з придбанням товару. Тому, якщо товар перебуває на складі, на дату отримання кредит-ноти необхідно відкоригувати його первісну вартість за дебетом субрахунку 281 з кредитом субрахунку 632.

Якщо товар уже реалізовано, то бухгалтерські проведення залежать від календарного періоду такої реалізації:

- якщо отримання кредит-ноти співпадає з календарним роком реалізації, собівартість реалізації товару коригують методом «червоного

сторно» (за дебетом субрахунку 902 з кредитом субрахунку 632);

- якщо знижка надана в наступному після реалізації товару році, її відображують за дебетом субрахунку 632 з кредитом субрахунку 719.

Дослідження матеріалів професійних видань України свідчить, що у практичній бухгалтерії операції з кредит-нотой від нерезидента, як правило, класифікують за двома ознаками зменшення заборгованості [3, с. 57]:

1) у зв'язку з виплатою грошової винагороди (маркетингові послуги, просування товару);

2) у зв'язку з наданням знижок, внаслідок чого зменшується ціна товару.

Отже, кредит-нота є повідомленням, що може бути отримане від нерезидента про зменшення договірної вартості товару. Документальною підставою для оформлення кредит-ноти є договір або додаткова угода до нього. Кредит-нота може бути визнана первинним документом у випадку, якщо вона складена з урахуванням усіх обов'язкових реквізитів передбачених Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», в іншому випадку для відображення господарської операції складається додатковий документ, що містить такі реквізити.

Перспективою подальших розвідок у даному напрямку є комплексне дослідження облікових, митних та податкових наслідків господарських операцій із застосуванням кредит-ноти у розрахунках.

Список використаних джерел

1. Джуренко О. Бракований товар і кредит-нота від нерезидента: особливості обліку зміни ціни. Все про бухгалтерський облік. 2017. № 98. С. 26-30.

2. Ольховик О. Кредит-нота від нерезидента. Податки та бухгалтерський облік. 2016. № 17. С. 4.

3. Коваленко О. Кредит-нота от нерезидента: маркетинговые услуги или скидка? *Баланс*. 2018. № 91-92. С. 57-61.

Карпенко Г. С.

магістрант,

науковий керівник к.е.н., доцент

Онопрієнко І.М.

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Ефективне функціонування підприємств різних галузей аграрного комплексу вимагає гармонізації інтересів всіх учасників комерційних процесів на ринку сільськогосподарської продукції. На сьогоднішній день, діяльність найбільш розвинутих каналів розподілу сільськогосподарської продукції відзначається певною незбалансованістю інтересів учасників ринкових

процесів, що відображається на фінансовому становищі товаровиробників та результаті їх виробничо-комерційної діяльності.

Для виробництва конкурентоспроможної продукції та зміцнення своїх позицій на ринку підприємству необхідно ретельно оцінювати свої можливості і використовувати різні методи та інструменти для досягнення бажаного результату. Для формування конкурентних переваг важливе значення має маркетингова діяльність.

Питання конкурентоспроможності є надзвичайно актуальним для виробників сільськогосподарської продукції. Тому необхідно спрямовувати зусилля товаровиробників на активізацію маркетингової діяльності підприємства, що дасть можливість підвищити рівень конкурентоспроможності як підприємства загалом, так і продукції зокрема.

Забезпечення ефективного функціонування ринків сільськогосподарської продукції є необхідною передумовою успішного вирішення продовольчої проблеми в державі. Сучасні умови функціонування та розвитку ринкових відносин в економіці України вимагають застосування принципово нового комплексу підходів до структурної перебудови економіки країни.

Економічний розвиток суб'єктів призводить до зростання рівнів стандартизації та уніфікації продукції, що зумовлює дублювання рішень окремих суб'єктів у сфері здійснення маркетингової діяльності та продукує проблему утримання рівня впливу на вибір покупців на цільовому ринку продукції.

Підприємства які функціонують в аграрній сфері мають враховувати підходи до управління та організації свого маркетингу на основі застосування цілісної маркетингової концепції. Цілісність концепції маркетингу забезпечується дотриманням відповідних принципів, які забезпечують послідовність управлінського впливу на процеси виробництва та збуту продукції підприємства. При цьому підприємство формує власну концепцію управління своїм маркетингом, адаптовану до умов зовнішнього середовища та тенденцій розвитку суб'єктів галузі, з врахуванням організаційних особливостей самого підприємства, що робить концепцію маркетингу центральною в управлінні бізнесом.[1]

Основним із дієвих засобів інтенсифікації маркетингової стійкості є реклама. Вона становить майже 80% усіх деталей успішної торгівлі у світі. Існує багато способів рекламування сільськогосподарської продукції. Найоптимальнішим варіантом для захоплення великої аудиторії, яку може зацікавити продукція, виступає телебачення. Проте не кожне аграрне підприємство може собі дозволити рекламу на телебаченні, тому що вона є досить дорогою.

Одним із способів підвищення маркетингової організації на підприємстві є постійна участь суб'єктів господарювання у різноманітних виставках та ярмарках, що дає змогу заявити про себе та про свій вид продукції.

Бенчмаркінг є одним із дієвих механізмів маркетингу. Завдяки порівнянню показників діяльності підприємства та зіставлення можливостей підприємства з конкурентами підприємство визначає позитивні та негативні моменти свого розвитку. На жаль, в Україні даний метод не набув достатньої популярності через відсутність доступу до достовірної інформації про конкурентів.

Розвиток маркетингу в аграрній сфері стримують:

- відсутність повної інформації про стан внутрішнього і зовнішнього ринків продукції сільськогосподарського призначення;
- нерозвинена ринкова інфраструктура;
- нестача кваліфікованих кадрів, які володіють досвідом маркетингової роботи;
- нестача матеріально-технічних і фінансових ресурсів для створення і функціонування служби маркетингу на підприємстві.[2]

Для ефективної діяльності будь-якої виробничої системи необхідна наявність раціонально побудованого механізму отримання фінансових результатів діяльності господарюючих суб'єктів. При цьому єдиним значущим джерелом відтворення оборотних коштів підприємства є реалізація споживачам його основної продукції, яка виконується на збутовій стадії циклу виробничо-комерційної діяльності. Суб'єкти господарювання виконують свої збутові функції на ринку товарів та послуг, від сформованості, раціональності організації, рівня розвитку та ефективності функціонування якого залежить результативність діяльності його учасників.[3]

На сьогоднішній день, пріоритетним напрямом розвитку національної економіки є розвиток аграрного сектору економіки України, адже саме від його стану залежить успішне вирішення однієї з найважливіших задач держави, а саме забезпечення її продовольчої безпеки. При цьому ефективне функціонування сільськогосподарських товаровиробників неможливе без існування раціонально організованих ринків сільськогосподарської продукції. Існуюча на сьогоднішній день інфраструктура вітчизняного аграрного ринку є далекою від досконалості, адже її окремі елементи є розрізненими та несистемними.

Таким чином, головним завданням маркетингової діяльності аграрних підприємств є підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, а засобом цього є зростання ефективності виробництва через підвищення продуктивності використання ресурсів та зменшення витрат на виробництво продукції. Маркетингова діяльність підприємства спрямована на вивчення попиту й вимог ринку, для обґрунтованої орієнтації виробництва на виробництво конкурентоспроможної продукції у раніше визначених обсягах, що може забезпечити підприємству одержання більшого прибутку.

В сучасних умовах господарювання саме маркетингова діяльність дозволить сільськогосподарським товаровиробникам ефективно визначити цілі свого розвитку, стратегію і тактику поведінки, виробити цільовий метод

впливу на потенційних споживачів і конкурентів, що діють на ринку сільськогосподарської продукції. Маркетингова діяльність дасть можливість отримати надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ситуацію на ринку, що дозволить визначити сільськогосподарським товаровиробникам, яку продукцію виробляти, в якій кількості та де і кому її вигідніше реалізувати. Відтак, необхідно використовувати маркетингову діяльність як методологічну основу і інструментарій для забезпечення ринкової конкурентоспроможності.

Список використаної літератури

1. Соловйов І.О. Формування системи маркетингу в аграрній сфері економіки / І.О. Соловйов // Економіка АПК. - 2016. - № 2. - С. 103-110.
2. Осипенко П. Гуртові реалії України та Європи / П. Осипенко // Агробізнес сьогодні. - 2017. - № 12. - С. 40-41.
3. Старостіна, А. О. Зміст та основні етапи маркетингової діяльності / А. О. Старостіна // Маркетинг в Україні. - 2015. - № 4. - С. 30-33.

*Картін М.В.
аспірант кафедри комерційної
діяльності та підприємництва
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і
торгівлі»
м. Полтава, Україна*

ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ УЧАСНИКІВ РИНКУ ПОСЛУГ

Сучасний етап розвитку економіки України передбачає формування її індустріально-сервісного характеру. Реформи, що проводяться сьогодні в економіці України, викликали глибокі зміни у всіх сферах. Результатом ринкових реформ стало переосмислення ролі сфери послуг в економічному розвитку країни, створенні ВВП, вирішенні цілого комплексу соціально-економічних проблем в умовах ринкової економіки.

Сьогодні існує тенденція до посилення конкуренції, причому застосовувані підприємствами методи конкурентної боротьби стають дедалі інноваційними. В умовах жорсткої конкуренції навіть перед провідними підприємствами виникає складне завдання щодо утримання своїх позицій на ринку та підвищення ефективності діяльності.

Для успішної діяльності підприємства сфери послуг велике значення мають нематеріальні активи, до яких належить лояльне ставлення споживачів до фірми та її послуг. В умовах загострення конкурентної боротьби між суб'єктами підприємницької діяльності та погіршення соціально-економічного розвитку країни перед керівництвом більшості підприємств різних сфер діяльності постає проблема не стільки залучення нових

споживачів, як утримання існуючих з метою збільшення повторних купівель у поєднанні з побудовою емоційної прихильності до товару, послуги або до самого підприємства.

За сучасних умов більшість підприємств мають обмежений досвід встановлення партнерських відносин зі своїми покупцями. Основними труднощами для них є відсутність системного підходу до управління лояльністю споживачів, недосконалість механізму оцінки та аналізу рівня лояльності споживачів, формування на їх основі програм, орієнтованих на утримання споживачів і підвищення їх лояльності. Неоднозначність трактування сутності поняття "лояльність споживачів" та суперечності у виокремленні її типів вимагають уточнення понятійного апарату маркетингу лояльності.

Із зарубіжної практики ведення бізнесу було запозичено низку понять, пов'язаних із побудовою відносин зі споживачами. Одним із них є поняття "лояльність споживачів". Слово "лояльний" у перекладі з французької або англійської (loyal) означає "вірний". В усіх досліджених словниках та енциклопедіях термін "лояльність" трактують як емоційну характеристику споживача, у першу чергу, як вірність, відданість та прихильність до когось або чого-небудь (табл. 1). Слід зауважити, що деякі науковці розмежовують поняття "лояльність" та "прихильність", визначаючи лояльність як позитивний вияв поведінкового аспекту "споживач – підприємство", що ґрунтується на досвіді споживача, а прихильність – як психологічний феномен, що відбиває стійку позитивну асоціацію із підприємством у свідомості споживача.

Таблиця 1 – Узагальнення трактування поняття "лояльність" у наукових джерелах

Джерело	Трактування
Економічний словник [1]	Відданість, вірність споживача, його готовність віддати перевагу підприємству серед конкурентів
Економічна енциклопедія [2]	Віддання переваги цільової групи споживачів певним товарам, послугам
Енциклопедичний словник PR та реклами [3]	Прихильність споживачів до товарів або послуг певного бренда
Енциклопедія соціології [4]	Настанова, поведінка, що полягають у дотриманні наявних правил, норм, приписів, а також у виконанні своїх обов'язків щодо інших, навіть за незгоди з ними
Політичний словник [5]	Вірність, відданість політичного суб'єкта цілям, нормам та цінностям, проголошуваними владою, політичними інститутами та ідеологіями

Великий енциклопедичний словник [6]	Вірність чинним законам, іноді тільки формальна, зовнішня, а також коректне, доброзичливе ставлення до кого-небудь або чого-небудь

Погляди науковців на визначення поняття "лояльність споживачів" можуть бути об'єднані в три групи (табл. 2).

Таблиця 2 – Групування існуючих підходів до визначення терміну «лояльність»

Підхід	Прихильники підходу
Лояльність як емоційна характеристика споживача	Девід Аллен Аакер (David Allen Aaker), Гарі Стенлі Беккер (Gary Stanley Becker), Фредерік Ф. Райхельд (Frederick F. Reichheld), Мартишев А. В.
Лояльність як поведінкова характеристика споживача	Джил Гріффін (Jill Griffin), Мензі Лауфер (Manzie Lawfer), Уеллс Стенлі Уільям (Stanley William Wells), Ян Хофмаєр (Jan Hofmeyr); Доміняк В. І., Димшиц М. Н
Лояльність, як поєднання поведінкових та емоційних характеристик споживача	Джон Р. Россітер та Л. Персі, Дж. Джейкобі (J. Jacoby) та Роберт В. Чеснат (Robert W. Chestnut), Джагдиш Н. Шет (Sheth Jagdish N. Sheth), Костіна Г. Д., Шевченко А. Д.

Примітка: узагальнено автором

Прихильники першої групи трактують лояльність як емоційну характеристику споживачів. На противагу першому підходу, прихильники другої групи трактують лояльність як поведінкову характеристику споживачів. Так, Джил Гріффін вважає лояльними споживачами тих, хто здійснює повторні купівлі, є нечутливими до дій конкурентів та готові рекомендувати підприємство контактним аудиторіям.

Зазначимо, що більшість дослідників є прихильниками третього підходу до визначення лояльності, який передбачає поєднання емоційних та поведінкових характеристик споживача.

Отже, результати аналізу наявних визначень поняття "лояльність споживачів" свідчать, що вони ґрунтуються на розмежуванні або поєднанні емоційних та поведінкових характеристик споживачів. Поняття лояльність споживачів пропонують трактувати як результат зворотного зв'язку в системі маркетингових комунікацій підприємства, який виявляється у готовності рекомендувати підприємство контактним аудиторіям унаслідок задоволення значущих для споживача параметрів вибору та регулярності споживання товарів або послуг одного підприємства за наявності привабливих пропозицій конкурентів.

Список використаних джерел

1. Экономический словарь URL: <http://www.moneyball.info/49095-lojalnost-klienta-customer-loyalty.html>
2. Економічна енциклопедія URL: <http://cyclop.com.ua/content/view/829/58/1/42>
3. Энциклопедический словарь PR и рекламы URL: <https://pr.slovaronline.com/314-LOYALNOST>
4. Энциклопедия социологии URL : <https://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/1918/%D0%9B%D0%9E%D0%AF%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%AC>
5. Політичний словник URL: http://mirslovarei.com/content_pol/lojalnost-1433.html.
6. Великий енциклопедичний словник. URL: http://mirslovarei.com/content_bes/lojalnost-34587.html

*Касатанова І.А.
к.е.н., доцент, доцент кафедри
управління та адміністрування
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет
м. Харків, Україна*

СКЛАДОВІ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ

Транспортні послуги завжди схожі між собою, оскільки вони безпосередньо пов'язані з процесом доставки. У той же час здійснюється доставка не повністю ідентичних об'єктів. Об'єктами транспортування можуть виступати вантажі, пасажирів, багаж і вантажобагаж (на залізничному транспорті). В рамках вантажних перевезень можна окремо розглядати перевезення поштових відправлень, в рамках пасажирських – туристичні перевезення. Транспортні послуги жорстко «прив'язані» до місця і часу, і тому вони невзаємозамінні, що обмежує внутрішньогалузеву конкуренцію на одному виді транспорту. Така конкуренція може бути між видами транспорту або при наявності альтернативних шляхів сполучення в рамках одного і того ж виду транспорту. В цілому всі види основної транспортної продукції можна вважати транспортними послугами, що характеризуються тими ж особливостями, що і будь-які інші послуги. Цивільний кодекс України в статті 929 вказує, що перевезення, транспортне експедирування є послугами [1].

Споживчі очікування клієнта транспортних послуг ґрунтуються на таких параметрах:

- мовних комунікаціях, тобто на інформації, яку споживачі передають один одному;
- власних потребах (власних уявленнях клієнта щодо якості, його запитам);

- минулому досвіді, тобто на подібних послугах, що надавалися йому в минулому;

- зовнішніх комунікаціях, через засоби масової інформації: радіо, телебачення, пресу.

Під *транспортною послугою* найчастіше розуміється переміщення вантажів і пасажирів. Однак слід розрізняти поняття перевезення і транспортної послуги. Транспортна послуга крім власне процесу перевезення, як безпосереднього переміщення вантажу або пасажирів транспортним засобом, містить у собі і інші операції та роботи, що не входять до складу транспортного перевізного процесу, але пов'язані з його підготовкою та здійсненням, такі як складські операції, вантажно-розвантажувальні роботи, експедирування та інші [2].

Продукція транспорту являє собою специфічний вид продукції по переміщенню вантажів і пасажирів, а також по виконанню супутніх та додаткових цей процес операцій [3]. До послуг транспорту можна віднести:

- перевезення вантажів і пасажирів;
- вантажно-розвантажувальні роботи;
- складування та зберігання вантажів;
- підготовка транспортних засобів;
- надання транспортних засобів на умовах оренди або прокату;
- перегін нових і відремонтованих транспортних засобів.

Класифікацію послуг транспортного ринку можна здійснити за наступними ознаками: за ознакою взаємозв'язку з основною діяльністю підприємств транспорту послуги розподіляються на перевізні і не перевізні; за видом споживача, якому надається послуга – на зовнішні і внутрішні; залежно від виду та характеру послуг, що надаються, їх можна поділити на транспортні, експедиційні, посередницькі; за характером діяльності, пов'язаної з наданням певної послуги – на технологічні, комерційні, інформаційні.

У свою чергу, *технологічні послуги* включають в себе:

- операції та послуги з переробки та зберігання вантажів: виконання вантажно-розвантажувальних робіт, пакування (розпакування), маркування, пломбування, сортування вантажів, зберігання вантажів, у тому числі проміжне;

- послуги, пов'язані з транспортуванням вантажів: збір вантажів у відправників та їх доставка на термінал (склад експедитора); розвезення вантажів з терміналів вантажоодержувачам; супровід вантажу в дорозі, перевірка відповідності транспортних засобів та документів вимогам і нормам;

- операції та послуги з приймання та здачі вантажу: прийом вантажу зі складу або терміналу вантажовідправника (перевізника) з перевіркою маси і кількості місць, а також стану вантажу, якщо це передбачено договором; здача вантажу вантажоодержувачу, послуги з оформлення документації на перевезення вантажу, оформлення документів, необхідних для проведення

санітарного, ветеринарного та інших видів контролю, для перевезення небезпечних вантажів, виконання митних формальностей.

Інформаційно-довідкові послуги можуть включати в себе наступне:

- надання консалтингових послуг з різних питань доставки;
- надання інформації про просування вантажу;
- надання інформації про стан ринку транспортного обслуговування (тарифи і режими);
- надання консалтингових послуг з питань, пов'язаних з транспортним забезпеченням;
- надання інформації про наявність вантажу у вантажовласників;
- виконання реклами послуг.

Комерційні послуги включають в себе виконання наступних основних робіт:

- виконання розрахунків з перевізниками від імені вантажовідправника або вантажоодержувача;
- ведення обліку та звітності для клієнта;
- страхування вантажу, пасажирів;
- продаж клієнту тари або упаковки;
- виконання функцій комерційного посередника між виробниками і споживачами, наприклад, викуп продукції оптом з наступною реалізацією її споживачам;
- надання в оренду техніки (транспортних засобів, транспортного устаткування, вантажно-розвантажувальних машин).

До сервісних послуг належать такі види послуг:

- бронювання та надання номерів в готелях;
- надання візової підтримки при міжнародних перевезеннях;
- організація харчування і відпочинку водіїв та експедиторів;
- організація стоянки транспортних засобів;
- заправка на шляху прямування транспортного засобу паливом та витратними матеріалами;
- організація при необхідності у дорозі робіт з технічного обслуговування і ремонту.

Організаційні послуги, спрямовані на мінімізацію транспортної складової в ціні товару за рахунок оптимального вибору маршруту транспортування та виду (видів) використовуваного транспорту, можуть включати в себе виконання наступних робіт:

- вибір і розрахункове обґрунтування найбільш раціонального способу доставки вантажу відповідно до умов, заданих клієнтом;
- розрахунок раціонального завантаження транспортних засобів, розміщення і кріплення вантажу в рухомому складі [4, с. 119].

Таким чином, наведений вище перелік послуг, що надаються при здійсненні транспортного обслуговування, охоплює досить широке коло

завдань. У кожній конкретній ситуації набір послуг залежатиме від ролі суб'єктів транспортного обслуговування в даному транспортному процесі.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, NN 40-44, ст. 356). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>
2. Единая транспортная система: учебник для вузов / [под ред. В. Г. Галабурды]. – М.: Транспорт, 2001. – 304 с.
3. Бачурин А. А. Маркетинг на автомобильном транспорте: Учебное пособие / А. А. Бачурин. – М.: Академия, 2005. – 208 с.
4. Лаврова Ю.В. Маркетингова діяльність підприємств транспортного ринку: навч. пос. / Ю.В. Лаврова, Д.А. Горовий, І.А. Касатонова – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2014. – 356 с.

Касатонова І.А.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри управління та адміністрування
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
м. Харків, Україна*

СУТНІСТЬ КОМПЛЕКСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Епоха інформаційних технологій в економіці передбачає поєднання купівельних переваг споживачів з виробництвом і плануванням комерційної діяльності. Для реалізації вищезазначеного необхідно ефективно використання усіх ресурсів підприємства, а саме: управління закупівлями, виробництвом, збутом, складськими запасами, трудовими і фінансовими ресурсами, конструкторськими розробками. Однак, чимало завдань щодо автоматизації процесів на підприємствах у нашій країні потребують подальшого вивчення та розв'язання.

Головною метою функціонування інформаційної системи на підприємстві є забезпечення керівництва підприємства фінансовою інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень при виборі альтернативних варіантів використання обмежених ресурсів. Впровадження автоматизованих систем управління ресурсами у діяльність підприємств дозволить оптимізувати економічні процеси ведення обліку матеріально-виробничих запасів та їх забезпечення, що обумовлює актуальність теми дослідження та подальше розроблення.

Концепція планування потреби виробництва у матеріальних ресурсах зародилася у 60 роки з ростом використання електронних обчислювальних систем у США. Це був програмний комплекс, який дозволяв оптимально регулювати поставки матеріалів і комплектуючих для виробничого циклу. Пізніше реалізацією цієї методики почало займатися Американське

співтовариство виробництва і управління запасами у 1957 році. На теперішній час воно перетворилося у Асоціацію операційного менеджменту APICS (Association for Operations Management), яка нараховує більше 50 тис. індивідуальних і корпоративних членів з більш ніж 10 тис. компаній. Асоціація включає в сферу операційного менеджменту елементи проектування, інжинірингу, інформаційних систем управління, управління якістю, управління виробництвом, управління запасами, бухгалтерського обліку, спрямовані на ефективне планування, координацію, реалізацію та контроль виробничих та сервісних організацій.

До 2008 року діяла програма CIRM (сертифікація в галузі комплексного управління ресурсами). Програми сертифікації станом на 2013 рік: CPIM (в галузі управління виробництвом і запасами), CSCP (в галузі управління ланцюжком поставок) і APICS CFPI (в галузі управління виробництвом і запасами) [8].

На сьогодні в Україні діє Microsoft Dynamics AX (раніше Ахapta) – комплексна система управління підприємством (ERP II) для корпоративного та середнього сегментів ринку, у котрій реалізовано фінансовий менеджмент та засоби бізнес-аналізу, управління товарно-матеріальними потоками, відносинами з клієнтами, персоналом, проектами та іншими областями діяльності підприємства. Перевагами цієї системи є зосередження на українському ринку, офіційно зареєстрована Microsoft та сертифікована Федерацією професійних бухгалтерів та аудиторів України, має більше 11 тис. клієнтів у світі [9].

Автоматизована інформаційна система включає наступні аспекти:

- ERP (Enterprise Resource Planning) – управління ресурсами підприємства;
- EAM (Enterprise Asset Management) – управління активами підприємства;
- WMS (Warehouse Management System) – система управління складом;
- MRO (Maintenance, Repair and Operations) – ремонт і технічне обслуговування;
- SCM (Supply Chain Management) – управління ланцюжком постачань;
- PLM (Product Lifecycle Management) – управління життєвим циклом виробів;
- PDM (Product Data Management) – система управління даними про виріб;
- CRM (Client Relationship Management) – управління відносинами з клієнтами;
- QM (Quality Management) – управління якістю;
- APS (Advanced Planning and Scheduling) – планування і надання розкладів.

Автоматизація діяльності підприємства – об’єктивний процес, який має охопити галузь у цілому, основою якого є створення високоорганізованого середовища, що має охоплювати і об’єднувати інформаційне,

телекомунікаційне, програмне забезпечення, інформаційні технології, мережі, бази даних знань, інші засоби інформації. Це дасть змогу на якісно новому рівні проводити як повсякденну оперативну роботу, так і аналіз стану та перспектив діяльності в цілому, приймати науково-обґрунтовані управлінські рішення [10].

Розглянемо більш детально такі програми, як SCM і CRM.

Програма SCM дозволяє перехід від управління поставками до управління логістичними каналами постачання, що включає всю інфраструктуру бізнесу: систему дистриб'юторів і дилерів, виробників і постачальників тощо. Тобто при аналізі фінансово-господарської діяльності враховується весь шлях, по якому товар із сировини перетворюється на готовий виріб і потім через мережу продаж потрапляє до кінцевого споживача. При цьому, на відміну від CSRP, де основна увага акцентується на внутрішніх тонкощах виробництва, SCM фокусується на зовнішній логістиці і на зовнішніх щодо виробництва процесах. Ця обставина підводить до ідеї доцільності об'єднання переваг цих двох технологій реалізації в одній ERP-програмі.

CRM – це програма управління зв'язками і взаємодією з клієнтами підприємства, що включає прогнозування контрактів, їх відслідковування, підтримку обслуговування клієнтів, супровід процесів замовлень і продаж.

Але не всі автоматизовані програми, які були розглянуті у таблиці 3 сконцентровані на управлінні ресурсами підприємства, тому розглянемо більш детально саме ті програми, які стосуються ресурсів.

Програма MRPII – методологія детального планування виробництва підприємства, що включає облік, планування завантаження виробничих потужностей, планування потреб у всіх ресурсах виробництва (матеріалах, сировині, комплектуючих, обладнанні, персоналі), планування виробничих затрат, моделювання ходу виробництва, його облік, планування випуску готових виробів, оперативне коригування плану і виробничих завдань.

ERP – це сучасна програма, яка дозволяє відслідковувати не лише виробничі, але й інші ресурси підприємства (фінансові, збутові, тощо). Вона забезпечує можливість планувати і управляти не тільки виробничими процесами, але й всією діяльністю підприємства, досягнути оптимізації за ресурсами і часом.

Сутність програми CSRP полягає в тому, що при плануванні і управлінні підприємством враховуються не лише виробничі і матеріальні ресурси підприємства, але й ті ресурси, які зазвичай розглядаються як допоміжні або накладні (тобто такі, що використовуються в процесі маркетингової і поточної роботи з клієнтом, після продажного обслуговування). Реалізація цієї технології дозволяє управляти виконанням замовлень клієнтів і роботою всього підприємства набагато краще. З'являється можливість погодинної зміни виробничого графіка, що для звичайної ERP-системи практично неможливо, в той час як на реальних виробництвах підприємств малого та

середнього розміру зустрічається часто.

При поточному рівні економіки країни з боку споживачів є попит на оптимізацію витрат і їх максимальне зниження, допоможе при цьому послуга адміністрування складних управлінських систем. Суть її полягає в тому, що замовник передає виконавцю на аутсорсинг (передача організацією певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, що спеціалізується в даній галузі) обслуговування і підтримку інформаційної системи. Це дешевше, ніж постійно утримувати в своєму штаті програмістів і адміністраторів систем. Бо при впровадженні ERP споживачі зацікавлені в економії витрат, адже в умовах кризи підприємства вважають за краще ті інструменти, які з мінімальними інвестиціями дозволяють отримати реальний результат – знизити витрати.

Проведене наукове дослідження комплексних систем управління підприємством дозволяє обґрунтувати певні висновки для подальшого застосування цих систем на підприємствах українського ринку, а саме:

- автоматизовані інформаційні технології значно прискорять ведення обліку усіх ресурсів підприємства,
- підвищують якість проведення оперативного та поточного контролю діяльності, а також повного аудиту,
- покращать гнучкість і адаптованість до змін зовнішньої кон'юнктури,
- забезпечать більш високу конкурентоспроможність продукції чи послуг на українських ринках.

Список використаних джерел

1. APICS [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org>
2. Microsoft Dynamics AX [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.innoware.ua/uk/node>
3. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: підручник / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Івахненко, Т.В. Давидюк, Т.В. Шахрайчук. – Житомир, ПП „Рута”, 2004. – 544 с.

*Кириченко Т. Я.
аспірант кафедри публічного
управління та адміністрування
Науковий керівник – д. держ.
упр., професор Т. М. Лозинська.
Полтавська державна аграрна
академія
м. Полтава, Україна*

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво як вид людської діяльності не є абсолютно новим явищем для українського суспільства, воно є історично перерваним явищем,

яке поступово стає складовою сучасної господарської системи. Відновлення підприємництва в різних масштабах є однією з найважливіших ознак трансформації економічної системи України і усього пострадянського економічного простору, а також свідченням економічної активізації соціуму. Стрімке зростання кількісних показників підприємницької діяльності кардинально змінило структуру суб'єктів економічного середовища.

Так, за даними Головного управління статистики у Полтавській області, станом на 01.01.2017 р. частка малих підприємств від загальної кількості складала 94,6%, середніх – 5,3% (99,9% усіх підприємств області). У сфері малого та середнього підприємництва у 2017 р. працювало 82,4% зайнятих (включаючи фізичних осіб - підприємців), а на долю цього сегменту реального сектору економіки припадало 58,9% реалізованої в області продукції [1]. Слід наголосити, що в 2017 р. питома вага малих та середніх підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції збільшилася проти попереднього року на 8,1%, тобто підприємства малих розмірів продемонстрували кращу стійкість в умовах кризи.

Проте кількісне зростання малого та середнього підприємництва в цілому по Україні та по окремих її регіонах не створило підґрунтя для очікуваних позитивних змін соціально-економічного становища населення: рівень життя, відносини в суспільстві, позаекономічні чинники (екологія, психологічний клімат, демографія тощо) вимагають суттєвого поліпшення. Крім того виявилось, що погляд на підприємництво як на саморегульовану систему відображає застарілий концептуальний підхід до управління економікою XVIII- XIX ст. і не враховує сучасні умови ведення підприємницької діяльності, за яких підприємства тісно вплетені у складні економічні взаємини: між підприємствами; між підприємствами і споживачами; між підприємствами і органами державної влади; між підприємствами і органами місцевого самоврядування тощо. Перервана традиція підприємництва та неврахування історичного часу обумовили виникнення низки проблем, розв'язання яких потребує чіткого визначення стратегічних цілей розвитку підприємництва і постановки стратегічних завдань за підтримки держави, без чого не можуть бути забезпечені якісні зміни підприємницького середовища.

Саме із врахуванням названих обставин Розпорядженням Кабінету Міністрів України у 2017 р. схвалюється Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р. (далі – Стратегія) [2] із визначенням основних проблем, пріоритетів, цілей розвитку і шляхів їх досягнення. Аналіз змісту викладених у даному документі проблем дозволяє розподілити їх на три групи, що сприяє більш ґрунтовному опрацюванню методологічної основи реалізації Стратегії: а) проблеми інституційного характеру; б) економічні проблеми; в) соціальні проблеми. Проблеми інституційного характеру об'єднують усі невідповідності поточного стану державної політики підтримки підприємництва перспективним завданням

його розвитку. До них відносимо нестабільність і непередбачуваність регуляторної політики держави, відсутність взаємозв'язку між діями центральних і місцевих органів виконавчої влади, а також недосконалість інституційного забезпечення співпраці між суб'єктами підприємницької діяльності, органами державної влади та місцевого самоврядування.

Економічні проблеми, насамперед, стосуються обмеження доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва до матеріальних та фінансових ресурсів, зокрема до коштів зарубіжних програм технічної допомоги. Такі явища, як незареєстрована економічна діяльність, приховування доходів, нелегальне працевлаштування, створення корупційних зв'язків з правоохоронними структурами і представниками органів влади формують низку соціальних проблем, які не сприяють консолідації суспільства та зменшенню соціальної нерівності. Для розв'язання існуючих проблем розвитку малого і середнього підприємництва у Стратегії окреслено шість головних орієнтирів: створення сприятливого середовища для розвитку малого і середнього підприємництва; розширення доступу малого і середнього підприємництва до фінансування; спрощення податкового адміністрування для малого і середнього підприємництва; популяризація підприємницької культури та розвиток підприємницьких навичок; сприяння експорту/інтернаціоналізації малого і середнього підприємництва; підвищення конкурентоспроможності та інноваційного потенціалу малого і середнього підприємництва [2].

Можна зробити висновок, що в загальному вигляді Стратегія спрямована на усунення протиріччя між існуючою концепцією розвитку підприємницької діяльності (концепція ринкової саморегуляції), зростанням взаємозалежності суб'єктів економічної діяльності і динамікою підприємницької діяльності, яка випереджає її інституалізацію. З огляду на отримані результати, доцільним є продовження поглиблених досліджень щодо визначення напрямів трансформації державної політики підтримки розвитку малого і середнього підприємництва, які б враховували наявні причинно-наслідкові зв'язки у системі «державний вплив – наслідки для підприємництва – наслідки для суспільства».

Список використаних джерел

1. Показники діяльності суб'єктів господарювання з розподілом за їх розміром. Головне управління статистики в Полтавській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pl.ukrstat.gov.ua/>.
2. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 р.: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.05.2017 №504-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250167535>.

*Кібальник Я.М., здобувач СВО
Бакалавр, ОПП Право,
спеціальності 081 Право
Науковий керівник – Кальян О.С.,
к.ю.н., доцент, професор кафедри
підприємництва і права*

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ НЕОСУДНОСТІ ОСОБИ У КРИМІНАЛЬНОМУ ПРАВІ УКРАЇНИ

На думку вчених, до проблеми суб'єкта злочину сьогодні надзвичайно зростає науковий та практичний інтерес. Це зумовлено, перш за все, дотриманням принципу індивідуалізації покарання, закладеному кримінально-правовим законодавством, а також, збільшенням кількості осіб з психічними розладами, які значно впливають на їхню поведінку при вчиненні суспільно небезпечних діянь.

Актуальність підходу до зазначеної проблеми також визначається включенням у кримінальне законодавство невідомих раніше діючому Кримінальному кодексу новел про відповідальність осіб з психічними розладами, які не виключають осудності, та ряду норм Загальної та Особливої частини Кодексу, що впливають на реалізацію кримінальної відповідальності та інших заходів кримінально-правового характеру [1, с. 200].

Складність названих питань обумовлюється, перш за все, їхнім комплексним характером. Адже не зважаючи на те, що поняття осудності та неосудності є кримінально-правовими поняттями, вони наповнені психологічним змістом, оскільки їхні ознаки характеризують психічну діяльність особи під час вчинення нею злочину або суспільно небезпечного діяння відповідно.

Психологи вважають, що “обмежена осудність” та “неосудність” є похідними від “осудності”, тому слід почати із цієї кримінально-правової та психологічної категорії.

Поняття стану осудності введено законодавцем у ч. 1 ст. 19 КК України, у ній зазначено, що осудною визнається особа, яка під час вчинення злочину могла усвідомлювати свої дії (бездіяльність) і керувати ними [2]. Протилежність осудності – неосудність. Вона характеризує психічний стан особи під час вчинення суспільно небезпечного діяння, передбаченого законом про кримінальну відповідальність, як такий, за якого вона нездатна усвідомлювати свої дії (бездіяльність) або керувати ними внаслідок хронічного психічного захворювання, тимчасового розладу психічної

діяльності, недоумства або іншого хворобливого стану психіки. Відповідно до ч. 2 ст. 19 КК не підлягає кримінальній відповідальності особа, яка під час вчинення зазначеного діяння перебувала в стані неосудності.

Зрозуміло, що застосування покарання до неосудних осіб є несправедливим і недоцільним через неможливість досягнути у такий спосіб визначених законом цілей покарання. До таких осіб за рішенням суду можуть бути застосовані примусові заходи медичного характеру (їх перелік визначено у розділі XIV Загальної частини КК) [3]. Їх цілями, на відміну від покарання, якраз і є лікування зазначених осіб, а також запобігання вчиненню ними суспільно небезпечних діянь.

Кримінально-правове поняття, яке характеризує « неосудність » - «хронічне психічне захворювання» - передбачене в ч. 2 ст. 19 КК України . Воно охоплює всі процесуальні психічні захворювання ендogenous (внутрішнього) або екзогенного (зовнішнього) походження, які мають продовжуваний характер та практично невиліковні. До процесуальних захворювань ендogenous характеру відносять шизофренію, маніакально-депресивний психоз та інші розлади, у виникненні яких головне значення мають внутрішні фактори. До процесуальних захворювань екзогенного характеру відносять такі органічні захворювання , як мозкові травми, різні інтоксикації, у походженні яких головну роль відіграють зовнішні фактори [1, с. 204].

Осудність та неосудність – це реальні правові явища, проте своє вираження в законі вони знаходять лише у вигляді понять, які позначають відповідними правовими термінами. Під час формулювання змісту відповідних понять передусім потрібно брати до уваги правила формальної логіки.

Відповідно до зазначених правил у зміст розглядуваних понять необхідно включати тільки істотні ознаки, які показують сутність цих правових явищ, а також дають змогу відмежувати їх від інших правових явищ. Таких істотних ознак є лише дві, які позначають інтелектуальну та волюву сфери психічної діяльності особи під час вчинення нею злочину або суспільно небезпечного діяння, передбаченого КК України.

З огляду на це треба визнати неправильною практику безпідставного розширення кількості ознак відповідних понять, оскільки це призводить до «розбухання» поняття, до підміни поняття про певне правове явище простим описом цього явища. Проте такий висновок аж ніяк не заперечує необхідності дослідження всіх ознак певного явища, які не відображені в понятті про нього, але які проявляють себе у взаємодії з іншими явищами [4, с.134].

Отже, правильне визначення змісту цих понять залежить не тільки від їхнього функціонального призначення у кримінально-правовому регулюванні, але й від того наскільки адекватно їхні ознаки будуть відображувати інтелектуально-волюві процеси психічної діяльності людини. Тому питання «осудності» та «неосудності» як кримінально-правових категорій, а також

відмінностей між ними і реалізація в практичному застосуванні залишаються відкритими та потребують належного подальшого законодавчого опрацювання.

Список використаних джерел

1. Бурдін В.М. Осудність та неосудність (кримінально-правове дослідження) [Текст]. Монографія / В.М. Бурдін. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 780 с.
2. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
- 3 Кримінальний кодекс України: Науково-практичний коментар: / М. І. Мельника, М. І. Хавронюка. – К. : Юридична думка, 2017. – 1184 с
4. Воробей П.А. Кримінально-правове ставлення у вину: [Текст]. Монографія / П.А. Воробей. – К.: Атіка, 2009. – 176 с. 89

Кірова Л.Л.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Бердянський університет менеджменту і бізнесу

м. Бердянськ, Україна

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА І РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

З усіх галузей народного господарства найбільш радикального і дійового державного регулювання та підтримки для нормального розвитку вимагає сільське господарство. Це зумовлено тим, що, по-перше, дана галузь є життєво необхідною в будь-якому суспільстві й розглядається як пріоритетна при обґрунтуванні перспектив соціально-економічного розвитку країни; по-друге, сільськогосподарське виробництво через існування проблем не може ефективно розвиватися без стабілізуючого впливу держави.

Державна підтримка сільськогосподарського виробництва в Україні має бути спрямована на забезпечення отримання прибутковості виробництва на рівні, що забезпечує розширене відтворення, формування передумов для збереження та комплексного розвитку сільських територій, задоволення потреб населення України в якісних і доступних продуктах харчування, розширення експортного потенціалу країни.[1]

Основними нормативно-правовими актами, що визначають державну підтримку аграрної галузі та сільськогосподарських товаровиробників в Україні, є закони: «Про державну підтримку сільського господарства України», «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2018 р.», Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2018 р. та ін.

Виходячи з умов розвитку агропромислового виробництва країни, вітчизняні економісти-дослідники пропонують у політиці ціноутворення в АПК посилити регулюючу дію антимонопольного законодавства, переглянути його і зробити більш жорстким щодо визначення цінових рівнів. За рахунок цього можна обмежити або зовсім зупинити зростання цін на матеріально-технічні ресурси -засоби виробництва, що поставляються вітчизняною промисловістю селу. Це дасть можливість позитивно вплинути на формування рівня і структури собівартості сільськогосподарських продуктів, а також зробити конкурентоздатнішою саму промисловість. [2]

Пропонується також здійснювати в країні активний вплив на формування цін і доходів сільськогосподарських товаровиробників, щоб вони могли здійснювати нормальний відтворювальний процес випуску продукції за структурою і якістю, що відповідає попиту споживачів. Для цього, за прикладом економічно розвинутих країн ЄС і США, слід ввести певні обмеження рівнів цін на основні сільськогосподарські продукти. [3] Законодавчо треба передбачити, що будь-який оптовий покупець, незалежно від характеру його діяльності, форм власності і посередницької діяльності, не має права оплачувати куплену продукцію за ціною нижче ціни підтримки, яка дорівнює нормативу собівартості і мінімального прибутку.

Якщо ринкові ціни не забезпечують рівня відтворювальної (еквівалентної) ціни, то різниця доплачується товаровиробнику з бюджету, в якому має бути створений відповідний фонд підтримки і стабілізації доходів сільськогосподарських товаровиробників, незалежно від форм їх власності та господарювання. Саме такий механізм цінового регулювання властивий багатьом економічно розвинутим країнам, що дає їм можливість стабільно розвивати аграрне виробництво, повністю забезпечуючи внутрішній продовольчий ринок і експортні потреби. [4]

В умовах інфляції підтримування цінового паритету вимагає відповідної індексації цін у часі. Кабінет Міністрів України має щорічно визначати види продукції, на які розповсюджується зазначений принцип, порядок доплат і їх розміри, термін дії цін підтримки і еквівалентних цін.

Важкий фінансовий стан України не дає змоги на даному етапі подібно до розвинутих зарубіжних країн, здійснювати прямі дотації сільському господарству. Тому застосовуються окремі економічні важелі державного регулювання розвитку сільського господарства. [4]

Основними напрямками державної підтримки сільського господарства за рахунок коштів державного бюджету:

- пряма бюджетна підтримка сільськогосподарських товаровиробників у вигляді субсидій, дотацій, компенсацій, де кошти спрямовувалися суміжним галузям, а також на підвищення платоспроможності товаровиробників і покращення їх інвестиційної привабливості;
- підтримка короткострокового грошового кредитування сезонних витрат товаровиробників АПК на пільгових умовах;

- державна підтримка забезпечення підприємств й організацій агропромислового комплексу машинобудівною продукцією на базі довгострокової оренди (лізингу);
- спеціалізована державна підтримка з окремих напрямів: розвиток фермерства, створення сезонних запасів запасних частин, централізованих фондів насіння й ветеринарних препаратів і т. п.;
- державне безповоротне фінансування капітальних вкладень в АПК, а також інвестицій у межах централізованих у децентралізованих цільових програм;
- безповоротне фінансування інвестицій у межах цільових програм, що проводяться на конкурсній основі, а також надання державних гарантій щодо залучених інвестиційних кредитів;
- фінансування розвитку системи аграрної освіти й науки.
- державна підтримка галузі тваринництва.

Підтримка галузі тваринництва, на яку у 2017 році виділено найбільшу суму з усіх програм – 4 млрд грн., направлена на створення основи для зростання галузі тваринництва, яка може генерувати продукцію з високою доданою вартістю. Дана програма передбачає фінансування ряду напрямів, які сприятимуть зростання поголів'я ВРХ, свиней та інших видів тварин, та стимулювання будівництва тваринницьких комплексів. [5]

Відповідно до розробленого механізму сільськогосподарські товаровиробники всіх форм власності і господарювання реалізують переробним підприємствам молоко і м'ясо у живій вазі відповідно до укладених договорів, нараховуючи податок на додану вартість за нульовою ставкою.

Для визначення сум дотації сільськогосподарським товаровиробникам за молоко і м'ясо у живій вазі, проданих ними, переробні підприємства щомісячно складають попередній розрахунок надходження і використання податку на додану вартість, нарахованого на обсяги реалізації молока та молочної продукції, м'яса та м'ясопродуктів за відповідною формою. Згідно з цим розрахунком кожне переробне підприємство визначає суму податку на додану вартість, яка надійде на підприємство під час здійснення реалізації молока, молочної продукції, м'яса та м'ясопродуктів, а також суму податку на додану вартість, що нараховується (перерахована) постачальникам товарів (робіт, послуг), вартість яких відноситься до складу валових витрат виробництва зазначеної продукції, та розмір дотацій товаровиробникам за продане молоко і м'ясо у живій вазі у розрахунку на гривню вартості цієї продукції.

Отже, державна підтримка сільськогосподарських підприємств вкрай необхідна, однак ряд невирішених проблем відображаються на результатах її діяльності. Важливим кроком державної підтримки сільськогосподарських підприємств є запровадження загальнодержавного фіксованого сільськогосподарського податку замість податків і зборів (обов'язкових платежів) до бюджетів та державних цільових фондів, який дає можливість аграрним формуванням розширювати види діяльності, стимулює розвиток на

території села різних сфер підприємницької діяльності. [6] Це служить основою соціально-економічного розвитку сільських населених пунктів. Тільки за належної державної підтримки в Україні є можливість сприяти розвитку конкурентоспроможності сільського господарства, та сільськогосподарських підприємств зокрема, на міжнародних ринках.

Список використаних джерел

1. Дем'яненко М. Я. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва / М. Я. Дем'яненко, Ф. В. Іванина // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 4–8.
2. Дем'яненко М. Я. Проблемні питання державної політики фінансової підтримки сільського господарства / М. Я. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2011. – № 7. – С. 68–72.
3. Кернасюк Ю. В. Світовий досвід державної підтримки агробізнесу/Ю.В.Кернасюк// Агробізнес сьогодні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/ostannia-vip-novyna/5581-svitovyi-d>
4. Лебідь В.С. Бюджетне фінансування аграрного сектору України: аналіз, проблеми, шляхи удосконалення/В.С.Лебідь//[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://oaji.net/articles/2014/797-1420812802.pdf>
5. Державна підтримка аграрного сектору у 2017 році [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.aui.org.ua/uk/publications/web/206/>
6. Калетнік Г. М. Державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників / Г. М. Калетнік, Н. В. Пришляк // Економіка АПК. – 2010. – № 8. – С. 53–54.

Клепчава О.В.

к.е.н., помічник судді

Господарський суд м. Київ

Прокопишин О.С.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування

Львівський національний аграрний університет

м. Дубляни, Україна

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливим напрямом аграрної реформи і невід'ємною складовою аграрного ринку є забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в аграрному секторі. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності здійснюється Господарським кодексом України, який визначає її як діяльність суб'єктів господарювання, що в процесі здійснення потребує перетинання митного кордону України майном, зазначеним у ч. 1 ст. 139 цього Кодексу [4].

Дослідження зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств України потрібно починати з оцінки потужностей та динаміки виробництва

аграрної продукції вітчизняних підприємств, характеристики експортно-імпортних операцій України з товарною групою, вивчення тенденції розвитку міжнародних аграрних ринків та виявлення нових ринків збуту, на яких вітчизняні підприємства матимуть можливість формувати нові пропозиції, підвищувати ефективність маркетингової діяльності та збільшувати розмір прибутку, знижуючи підприємницькі ризики.

Економічна сутність ринку виражається насамперед як категорія обміну, який організований за законами товарного виробництва і обігу, сукупність відносин товарного і грошового обміну. Його організація дає змогу реалізувати господарські зв'язки, а в підсумку і весь процес виробництва. Без нього неможливо досягти основної мети будь-якої підприємницької діяльності – отримання прибутку.

Щодо видів зовнішньоекономічної діяльності, які характерні для сільськогосподарських підприємств, то ними є експорт та імпорт товарів, спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що передбачає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами; орендні, у тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності; товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність агропромислових підприємств, зміст якої полягає у кооперації у сферах виробництва та обігу, в інноваційній, впроваджувальній та сервісній галузях, може здійснюватися також з використанням асоціацій ділового співробітництва. Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, а також дає змогу обґрунтувати окремі пропозиції щодо закупівлі та продажу певних товарів та послуг за кордон [3].

Для ефективного функціонування агропромислових підприємств в Україні та підвищення конкурентоспроможності їх продукції в умовах реалізації нової державної політики у сфері розвитку АПК необхідно приділити важливу увагу розбудові такої інфраструктури, що була б економічно привабливою для залучення іноземних інвестицій та значних приватних капіталовкладень. Реальними шляхами розширення експортно-імпортних операцій є широкомасштабне будівництво найсучасніших, модернізованих авто-, авіа- та залізничних шляхів, ліній зв'язку та електропередач, сучасної системи телекомунікацій. Для створення сучасного конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва в Україні доцільно створити хоча б у кількох регіонах країни аграрні технополіси, що дали б змогу децентралізувати аграрний науково-технічний потенціал,

об'єднали підприємства агропромислового комплексу різних форм власності та науково-дослідні інститути з метою ефективного співробітництва.

На сьогодні є кілька можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, а саме [1]:

- відповідність вітчизняних стандартів на продукцію агропромислового комплексу вимогам стандартів Європейського Союзу;
- поліпшення взаємозв'язків українських аграрних підприємств; налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку;
- налагодження співпраці підприємств агропромислового комплексу з науково-дослідними установами різних країн;
- збільшення експортного потенціалу вітчизняних підприємств сприянням і впровадженням систем управління якістю;
- покращання репутації України на міжнародному ринку як виробника екологічно чистої і безпечної продукції;
- організація міжнародних виставок, ярмарок, конференцій на території нашої країни та сприяння участі вітчизняних суб'єктів господарювання у таких заходах закордоном;
- збільшення обсягів державного фінансування наукових розробок в аграрній сфері тощо.

Важлива вимога виходу сільськогосподарського підприємства на зовнішні ринки – розробка так званих стратегій, що передбачає коротко-, середньо- та довгострокові плани його діяльності виходячи з мети функціонування такого суб'єкта підприємницької діяльності [2].

Отже, слід зазначити, що формування цілей зовнішньоекономічної діяльності підприємства сільськогосподарського комплексу нерозривно пов'язане з розробкою перспективних планів та завдань, які базуються на достовірній статистичній інформації, всебічному аналізі комплексу факторів зовнішнього середовища та є реалістичними стосовно досягнення нормативних показників діяльності та підвищення конкурентоспроможності українських аграрних підприємств, що здійснюють таку діяльність.

Список використаних джерел:

1. Матвеева М. П. Перспективи зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств тваринницького напрямку спеціалізації У Львівській області. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького*. 2013. Т. 15, № 2. С. 185-188.
2. Галазюк Н. М. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності як основа управління підприємством на сучасному етапі розвитку. *Економічні науки*. Сер.: Облік і фінанси. 2013. № 10. С. 56-62.
3. Кваша С. М., Голомша Н. Є. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку. *Економіка АПК*. 2006. № 6. 104 с.

4. URL: https://pidruchniki.com/1328102257543/pravo/pravove_regulyuvannya_zovnishnoekonomichnoyi_diyalnosti_silskogospodarskih_pidpriyemstv.

Коваленко В.Ф.

ст.викладач кафедри правознавства

Полтавський інститут економіки і права

Університет «Україна» м.Полтава, Україна

ФОРМА СПІВУЧАСТІ: ОРГАНІЗОВАНА ГРУПА

Вчинення злочину організованою групою передбачено в якості кваліфікуючої ознаки в 47 статтях Особливої частини Кримінального кодексу України. Окрім того, відповідно до п. 2 ч. 1 ст. 67 КК «вчинення злочину групою осіб за попередньою змовою (частина друга або третя статті 28)» визнається обставиною, що обтяжує покарання.

Питанням форм співучасті присвячені праці П.В. Агапова, А.А. Арутюнова, Ф.Г. Бурчака, Р.Р. Галіакбарова, Л.Д. Гаухмана, А.А. Герцензона, П.І. Гришаєва, Н.О. Гуторової, Л.М. Демидової, А.Ф. Зелінського, Н.Г. Іванова, М.І. Ковальова, Г.А. Кригера, І.П. Малахова, А.А. Піонтковського, В.С. Прохорова, П.Ф. Тельнова, А.Н. Трайніна, М.Д. Шаргородського, М.А. Шнейдера.

Відповідно до ч. 3 ст. 28 КК [1] злочин визнається вчиненим організованою групою, якщо в його готуванні або вчиненні брали участь декілька осіб (три і більше), які попередньо зорганізувалися у стійке об'єднання для вчинення цього та іншого (інших) злочинів, об'єднаних єдиним планом з розподілом функцій учасників групи, спрямованих на досягнення цього плану, відомого всім учасникам групи.

Організована група як форма співучасті характеризується своїми ознаками, які відрізняють її від інших форм співучасті. Правильне визначення ознак організованої групи дасть можливість відобразити зміст організованої групи, показати її відмінні ознаки.

Ю.Х. Юнусов виділяє організовану групу серед інших форм співучасті за наступними ознаками:– згуртованості;– стійкості; - тривалості і міцності злочинних зв'язків між її членами;– психічному ставленні її членів до своєї злочинної діяльності [5, с. 104-105].

На стійкість, як обов'язкову ознаку організованої групи, вказують О.М. Джужа, Є.М. Моїсєєв та Т.А. Третьякова, визначаючи організовану групу як стійку групу осіб, які заздалегідь об'єдналися для вчинення одного або кількох злочинів і мають у своєму складі організатора [3, с. 29]. В. Зенін та Л. Кругликов вважають, що організовану групу характеризує високий ступінь організованості, стійкості складу (наявність постійного «ядра»), згуртованість членів групи, детальний розподіл ролей, інколи з своєрідною «спеціалізацією» злочинців, які входять до її складу [4, с. 13].

Поняття організованої групи визначене в КК дає можливість виділити наступні об'єктивні ознаки, що характеризують цю форму співучасті: 1) участь (трьох чи більше) суб'єктів злочину (кількісна ознака); 2) спільність

діяльності; 3) стійкість. Загально відомо, що до складу організованої групи повинно входити не менше трьох осіб. Кількісна ознака при всій своїй вдаваній простоті обумовлювала існування низки проблем. В юридичній літературі тривалий час велась дискусія з приводу того, чи є неосудний або особа, яка не досягла віку, з якого може наставати кримінальна відповідальність, співучасником злочину.

А.В. Пушкіна визначає, що всі учасники спільної діяльності повинні бути наділені загальними ознаками суб'єкту злочину [6, с. 37]. Крім того, КК в ст. 26 прямо вказує, що співучастю у злочині є умисна спільна участь декількох суб'єктів злочину у вчиненні умисного злочину. Оскільки організована група є однією з форм співучасті, то безумовно їй повинні бути притаманні всі ознаки, що стосуються загального поняття співучасті. Це стосується і спільності як об'єктивної ознаки, яка також не викликає однозначної оцінки спеціалістів.

Злочинний результат є наслідком саме спільних винних діянь співучасників, при цьому всі вони повинні прагнути цього злочинного результату. Відсутність причинного зв'язку між діяльністю співучасників і злочинним результатом, що настав, виключає відповідальність за співучасть у злочині. Спільність діяльності виражається в тому, що: 1) злочин вчиняється взаємопов'язаними і взаємообумовлюючими діями учасників організованої групи; 2) ці дії призводять до настання єдиного для всіх злочинного результату; 3) між діями кожного співучасника з одного боку, і загальним злочинним результатом з другого боку, існує причинний зв'язок.

В організованій групі ступінь спільності, характер об'єднання злочинців носить більш стійкий, більш небезпечний характер. Спільність дії означає, що члени організованої групи направляють свої зусилля на досягнення єдиного злочинного результату. Організована група створюється для того, щоб досягнути спільного, єдиного злочинного результату.

Стійкість – ознака організованої групи прямо передбачена в законі.

П.Ф. Тельнов до тривалості злочинної діяльності і стабільності складу учасників додає таку складову частину ознаки, як – об'єднання учасників групи для вчинення декількох злочинів або одного, який вимагає організованої підготовки [2, с. 121].

Тривалість існування організованої групи та кількість вчинених нею злочинів не завжди є обов'язковими ознаками організованої групи, тому що вона може створюватись і для вчинення тільки одного злочину, а відповідно, існувати не тривалий час.

В.М. Биков стійкість організованої групи вбачає у стабільності її складу [7, с. 21]. Таким чином, під стійкою групою слід розуміти об'єднання осіб із твердим бажанням вчинити один чи декілька злочинів. Проявляється таке бажання в попередньому плануванні і вербуванні співучасників, в розподілі ролей між учасниками групи.

Діяльність організованої групи як форми співучасті є умисною. Крім цього діяння, які вчиняються організованою групою, характеризуються тільки прямим умислом. Такий умисел включає в себе: 1) усвідомлення учасниками організованої групи суспільної небезпечності спільно вчинюваного злочину; 2) передбачення можливості або неминучості настання суспільно небезпечних наслідків спільного діяння; 3) бажання настання цих наслідків як результату спільної діяльності.

Усвідомлення спільності означає поінформованість співучасника про те, що до його зусиль, спрямованих на вчинення злочину, приєднуються зусилля хоча б ще двох членів організованої групи. Обов'язкова поінформованість про приєднання до діяльності хоча б ще двох співучасників не вимагає знання всіх, хто приймає участь у вчиненні злочину. Вольовий момент умислу учасників організованої групи виражається в погодженості їх діянь, або в їх змові на вчинення злочинних діянь. Погодженість, яка відповідає вольовому моменту умислу, полягає у взаємному вираженні наміру особи брати участь у вчиненні злочину організованою групою. Погодженість – це суб'єктивне вираження спільності вчинення злочину, той необхідний психологічний зв'язок між учасниками організованої групи, який характеризує спільність їх діяльності з суб'єктивної сторони.

Характеризуючи зміст інтелектуального та вольового моментів умислу, слід зазначити, що учасник організованої групи повинен усвідомлювати, що він входить до складу організованої групи, бере участь у виконанні частини або всіх взаємно погоджених дій і вчиняє спільно з іншими співучасниками єдиний злочин з розподілом ролей за попередньо складеним планом, який передбачає досягнення спільного для всіх злочинного результату.

Дослідження правової природи зобов'язання, властивих йому ознак є актуальним і невичерпним, а тому може бути предметом подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Кримінальний кодекс України від 5 квітня 2001 року // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25-26.
2. Тельнов П.Ф. Ответственность за участие в преступлении [Текст] / П.Ф. Тельнов. – М. : Юр. лит., 1974. – 208 с.
3. Джужа О.М., Моїсєєв Є.М., Третьякова Т.А. Стислий словник кримінологічних термінів: навч. посіб. [Текст] / підзаг. ред. О.М. Джужи; НАВСУ. – К., 2000. – 157 с.
4. Зенин В., Кругликов Л. Совершение преступления организованной группой какотягчающие ответственность обстоятельство [Текст] / В. Зенин, Л. Кругликов // Советская юстиция. – 1981. – № 19. – С. 13–14.
5. Юнусов Ю.Х. Квалификация разбойных нападений по действующему уголовному законодательству [Текст] / : автореф. дисс. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / Ю.Х. Юнусов ; Ленинград.гос. ун-т. – Л., 1991. – 209 с.

6. Пушкин А.В. Подстрекательство к совершению преступления [Текст] / :дисс. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / А.В. Пушкин ; Юридический институт МВД России. – М., 1995. – 242 с.

7. Быков В. М. Психологические основы расследования групповых и организованных преступлений [Текст] / В.М. Быков // Законность. – 1996. – No 4. – С. 21–24.

Коваленко Д.В.

магістрант за спеціальністю «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Ткаль Я.С.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ЩОДО ПИТАННЯ ОБЛІКУ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ОСНОВНОГО ВИРОБНИЦТВА

В умовах удосконалення господарського механізму, ціноутворення, управління суспільним виробництвом важливого економічного, практичного значення набувають питання формування і складу витрат, собівартості готової продукції, визначення їх економічної сутності та обліку. Саме від ґрунтовного дослідження та практичного застосування буде залежати рентабельність виробництва окремих видів продукції, виявлення резервів зниження собівартості, визначення цін, обґрунтування рішень стосовно виробництва нових видів продукції.

Проблеми економічної сутності, формування, обліку витрат на виробництво, калькулювання собівартості продукції розглядалися у працях відомих вітчизняних вчених-економістів: Білухи М.Т., Бутинця Ф.Ф., Валуєва Б.І., Герасимовича А.М., Голова С.Ф. та ін.

Встановлено, що основним внутрішнім чинником зростання цін на продукцію є висока собівартість виробництва, яка визначається: недостатнім технічним, технологічним оснащенням; нерівномірним характером виробництва; значними витратами внаслідок виробництва продукції. З метою обліку витрат і калькулювання собівартості продукції, яка має свої особливості, на практиці застосовуються такі методи, як: позамовний, попередільний і нормативний [1].

Використовуються й методи калькулювання, а зокрема: метод прямого віднесення витрат на об'єкти обліку, при якому витрати списуються прямо на об'єкти обліку, а потім на підставі облікових даних обчислюється собівартість продукції; коефіцієнтний, пропорційний; виключення побічної продукції та комбінований [3].

Завданнями аналізу собівартості продукції є: оцінка виконання плану собівартості за звітний рік; виявлення використаних ресурсів подальшого зниження собівартості продукції; розроблення заходів із мобілізації резервів економного витрачання матеріальних, трудових, грошових ресурсів. Для виявлення резервів зниження собівартості, необхідно визначати фактори, які зумовлюють це зниження [2].

Таким чином, шляхи зниження собівартості продукції наступні: використання менш дорогих матеріалів; вдосконалення виробництва; автоматизація робочих місць; кооперація з підприємствами, які можуть виготовляти ті чи інші складники за меншими цінами. Оптимальним шляхом обліку витрат та собівартості є запровадження економних технологій виробництва, переймання світового досвіду зі зменшення собівартості.

Список використаних джерел

1. Остафійчук А.В. Мотиваційний механізм управління підприємством / А.В. Остафійчук // Вісник ЧДІЕУ: Зб. наук. праць. – Сер.: Економіка. – Черкаси: Вид-во ЧДІЕУ, 2010. – Вип. 5. – С. 154-162.
2. Сльозко Т.М. Організація обліку: Навч. посіб. / Т.М. Сльозко. – К.: Центр навч. л-ри, 2008. – 224 с.
3. Кравчук О. Загальновиробничі витрати: організація обліку / О. Кравчук // Дебет-кредит. – 2008. – № 43. – С. 27-31.

Коваленко М.В.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасна світова економіка дедалі більше набуває рис інноваційної економіки, пов'язаної з розробкою, впровадженням і використанням інновацій, а також із перебудовою організаційно-економічного механізму господарювання. У цих умовах основною суперечністю у сфері інноваційного розвитку економіки нашої країни на всіх її рівнях є те, що в нас, з одного боку, досить високий інноваційний потенціал, а з іншого – такі механізми господарювання та структура економіки (і на рівні підприємств), які цей потенціал просто не сприймають і не реалізують.

Отже, інноваційна проблема в Україні – це не лише традиційна проблема грошей та інституцій, але і проблема ефективного менеджменту (насамперед, стратегічного) на рівні підприємства, який повинен задавати вектор і визначати загальну програму дій щодо інвестицій в інновації на підприємстві у всіх ланках формування споживної вартості продуктів кожного виду бізнесу підприємства [2].

У ситуації рецесії, дорогих енергоресурсів та загострення конкуренції, під впливом глобалізаційних процесів у національній економіці, на всіх ринках позиціонування вітчизняних підприємств чи не єдиним способом забезпечення їх конкурентоспроможності та конкурентостійкості за обмежених ресурсів (переважно, матеріальних та фінансових) є нововведення або інновації [1, с. 31]. А отже, й система управління інноваційними процесами на підприємстві та, зокрема, такий її ключовий елемент, як стратегія інновацій, яка, перефразуючи влучне зауваження Брюса Д. Хендерсона (1915-1992 рр.), засновника групи Бостонської консалтингової групи, автора матриці БКГ, полягає в «пошуку плану (напрямку, логіки – перефразування автора) дій щодо створення, розвитку й закріплення конкурентних переваг підприємства» [4], його високої конкурентоспроможності на основі інновацій.

Основною компонентою стратегії будь-якого рівня управління на підприємстві є інноваційна, яка визначає зміст і задає стратегічні напрями розвитку для всіх інших компонент [2, с. 46].

Інноваційна стратегія підприємства – це цілеспрямований процес розробки і реалізації управлінських рішень, спрямованих на створення і розвиток продуктових і технологічних інновацій, принципи якого формуються загальною стратегією бізнесу підприємства [3, с. 68].

Інноваційна стратегія відноситься до рівня функціональних стратегій. Стратегічний план підприємства визначає цілі та напрями розвитку у всіх сферах господарської діяльності, в тому числі щодо інновацій. При цьому для деяких агресивних інновацій-них підприємств стратегія у сфері інновацій є най-більш значущим елементом корпоративної стратегії. У будь-якому випадку інноваційна стратегія підприємства повинна бути органічно пов'язана зі стратегією бізнесу і орієнтована на реалізацію спільних стратегічних цілей та принципів в інноваційній сфері, відповідно, необхідний механізм трансформації загальних стратегічних цілей у цільові установки і програми інноваційної діяльності.

Як відомо, забезпечити конкурентну перевагу підприємства можливо або на основі стратегії мінімальних витрат, або на підставі стратегії диференціації за різними параметрами (що визначається засобами диференціації), або за логікою оптимізації витрат, або на основі стратегії упередження (створення інноваційної цінності) в глобальному чи сфокусованому діапазоні діяльності.

Отже, визначення стратегії загального напрямку інновацій та формування портфеля інноваційних стратегій має здійснюватися на основі врахування двох комплексних детермінант:

а) інноваційних можливостей підприємства (що передбачає проведення зіставлення інноваційного потенціалу підприємства та інноваційно-інвестиційного клімату в країні, зокрема за допомогою SWOT-аналізу);

б) стратегічних інноваційних цілей підприємства та його основних інноваційних завдань, визначених з огляду на його інноваційні позиції та тих,

що задають і визначають на майбутнє загальну стратегію підприємства (наприклад, агресивну, наступальну чи захисну), – і може бути виконаний за допомогою матриці «ринкові позиції – інноваційні можливості» (табл. 1).

Правильно (обґрунтовано) обрана та адекватно змістовно наповнена стратегія інновацій як певний стратегічний набір/портфель усіх рішень щодо забезпечення інноваційного процесу на підприємстві на всіх його рівнях та щодо усіх складових його функціональної діяльності (всіх бізнес-процесів) є запорукою тривалого успіху будь-якого підприємства, засобом забезпечення його конкурентоспроможності та конкурентостійкості.

Таблиця 1

Матриця вибору загальної інноваційної стратегії підприємства [1]

Ринкова позиція	Сильна	Придбання підприємств-інноваторів	Стратегія «услід за лідером»	Технологічне лідерство, інтенсивні НДДКР, створення інновацій
	Сприятлива	Рационалізація виробничих процесів	Вибіркова	Пошук вигідних сфер застосування нових технологій
	Слабка	Ліквідація бізнесу	Рационалізація виробничих процесів	Організація «ризикованого проекту»
Інноваційні можливості				
Слабкі		Сприятливі		Сильні

Пріоритетним напрямком підвищення конкурентоспроможності підприємств сьогодні є інноваційна діяльність. Економічно сильні сільськогосподарські підприємства інтенсивно впроваджують нові прогресивні технології в рослинництві, тваринництві, використовують високоврожайні сорти культур, ефективні засоби захисту рослин, розводять високопродуктивні породи тварин, застосовують нові інформаційні технології. Належне управління інноваційними процесами у змозі забезпечити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на ринку.

Список використаних джерел

1. Гринько Т.В. Особливості впровадження моделей інноваційної активності промислових підприємств : [електронний ресурс] / Т.В. Гринько // Ефективна економіка. – 2010. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=139>.

2. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О.І. Ковтун // Економіка України. – 2013. – № 4 (617). – С. 44-56.

3. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг / Ю.М. Мельник // Економіка харчової промисловості. – 2015. – Випуск 4. – Т. 7. – С. 67-72.

4. Стратегии, которые работают. Подход VCG / [Штерн К., Сток-мл. Дж., Хендерсон Брюс Д. и др.]. – М. : Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2005. – 497 с.

Ковальов О.Г.

магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Устік Т.В.

к.е.н., доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Розвиток економічної системи України та конкурентних відносин між її суб'єктами потребує вирішення завдань, серед яких особливе місце посідає питання діагностики елементів комплексу маркетингу та маркетингової діяльності підприємства. Відмітимо, що сучасне підприємство аграрної сфери є надзвичайно складним об'єктом для діагностування та всебічного вивчення. Існуючі тенденції в розвитку вітчизняного агропромислового виробництва спонукають більшість аграрних підприємств до пошуку інструментів та механізмів, які не лише покращать їх конкурентні позиції на ринку, а й відкриють можливості сформувати сталу систему підтримання конкурентоспроможності товаровиробників за рахунок ефективного впровадження складових комплексу маркетингу, враховуючи систему показників конкурентоспроможності у відповідності до ключових напрямів діяльності аграрних підприємств.

Враховуючи, що в основі маркетингової філософії управління діяльністю суб'єкта економічних відносин є задоволення потреб, смаків та вподобань споживача, а місія підприємства полягає в отриманні максимального прибутку, відповідно система формування комплексу маркетингу аграрного підприємства буде вибудовуватися на дотриманні балансу дій з задоволення ринкового попиту та раціональності заходів з мобілізації економічного потенціалу товаровиробника.

Що стосується шляхів розвитку підприємств аграрного сектору України, то ці проблеми розглядаються у працях багатьох провідних вчених: В.Г. Андрійчука, В.М. Амбросова, П.І. Гайдуцького, В.П. Галушко, В.М. Геєця, О.Д. Гудзинського, Т.Г. Дудара, О.Ю. Єрмакова, С.М. Квапі, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, О.В. Шкільова, О.М. Шпиचाка, В.В. Юрчишина та інших науковців. Зарубіжна практика доводить, що формуванню маркетингового

комплексу підприємств, у тому числі аграрної сфери приділяється значна увага, що сприяє прискоренню їх адаптації до вимог ринкового середовища. Розгляд питань ефективного та раціонального використання елементів комплексу маркетингу підприємств є результатами досліджень таких зарубіжних учених, як Р. Акофф, І. Ансофф, Г. Армстронг, Г. Ассель, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон та ін.

Сучасний аграрний сектор характеризується великим різноманіттям як виробничих процесів, так і кінцевої продукції, елементи комплексу маркетингу (товар, ціна, стимулювання та просування продукції) для якої суттєво вирізнятимуться. Обґрунтовано, що формування комплексу маркетингу для продукції підприємств аграрної сфери обумовлюється рядом внутрішніх та зовнішніх чинників, до яких було віднесено: специфіку споживчого попиту (диференціація рівнів еластичності за ціною та за доходами залежно від виду продукції; якщо мова йде про екопродукцію, закон зниження частки витрат на продукти харчування із зростанням доходів); специфіку продукту (фізичні, органолептичні та інші особливості, що обмежують передусім канали збуту, враховуючи терміни зберігання продукції); специфіку просторової організації ринку; конкурентне середовище (структура та тенденції розвитку галузі; поява нових конкурентів; товари-субститути); розробка конкурентної стратегії діяльності підприємства з урахуванням параметрів та складових маркетингового комплексу.

Маркетингова діяльність аграрних підприємств здійснюється в умовах посилення конкуренції на внутрішньому ринку, необхідності чіткого дотримання вимог споживачів, орієнтації планування виробничої, збутової та фінансової діяльності за результатами маркетингових досліджень аграрного ринку, проникнення досягнень науки й техніки в діяльність сільськогосподарських підприємств, розвитку та поширення інформаційних технологій.

В результаті проведеного дослідження визначено, що для більшості видів продукції аграрної сфери бренд відіграє ключову роль, яка з кожним роком підсилюється. Саме бренд дає можливість поєднати кілька елементів комплексу маркетингу та забезпечує ефективну роботу виробників на ринку. Визначаючи структуру бренду для продуктів аграрної сфери та формуючи елементи комплексу маркетингу, показано, що основним свідченням ефективності комплексу маркетингу для сільськогосподарської продукції є формування лояльності споживача до продукції з урахуванням сумарної ефективності окремих маркетингових рішень. Правильно прийняте управлінське рішення говорить про те, що ефективне та раціональне використання елементів комплексу маркетингу передбачає інтенсивний розвиток підприємства, а неефективне використання елементів комплексу маркетингу створює значний ризик для втрати значних коштів, попередньо інвестованих у маркетинг продукції під певним брендом.

Для діагностики комплексу маркетингу аграрного підприємства властиві ряд переваг, серед яких - спрямованість на вивчення винятково певних видів маркетингової діяльності підприємства; застосування елементів процедури діагностики в діяльності підприємства, для яких характерні різні види підприємницької діяльності; важливість самостійного використання процедури діагностики через відсутність певних умовностей та узагальнень; структурованість та використання елементів діагностики дає можливість чітко виділити та сформулювати проблеми в маркетинговій діяльності, які повинні вирішуватися.

Діагностика комплексу маркетингу аграрного підприємства має здійснюватися з використанням низки принципів системності, конкретності, комплексності, об'єктивності, дієвості, порівнянності, економічності. Інформаційне забезпечення має вирішальне значення для діагностики комплексу маркетингу аграрного підприємства, тому що забезпечує поряд з показниками достовірність отримуваних результатів та сприяє ефективному розвитку діяльності підприємства.

Запорукою лідируючої позиції підприємства на ринку є прийняття відповідних рішень за результатами не тільки діагностики стану комплексу маркетингу підприємства, але й оперативного оцінювання результатів його маркетингової діяльності та правильності прийняття управлінських рішень з урахуванням змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства [Текст] : навч. посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. - К. : ЦУЛ, 2012. - 612 с
2. Маркетинг: Підручник. 4-ге видання. Затверджено МОН України як підручник для студентів ВНЗ / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н.О.Бабенко та ін: Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л.С.Макарова. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
3. Устік Т.В. Маркетинг у становленні та розвитку корпоративної соціальної відповідальності компаній / Т. В.Устік // Вісник СНАУ. Серія «Економіка і менеджмент» - №4 (71). - 2017-.С.143-148.

Ковальова О.В.

к. е. н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,

Єфремова Н.О.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу, підприємництва

і організації виробництва

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

м. Харків, Україна

ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ

Цукрова галузь для Харківської області є традиційною. Не дивлячись на відсутність підтримки з боку держави та несприятливу кон'юнктуру ринку, є такі переробні підприємства, які збільшили потужності переробки. Попри труднощі цукрова галузь функціонує і розвивається та показує свою значущість, адже вона знаходиться на другому місці в агросекторі за сплатою податків в Україні.

У Харківській області в 2018 р. за даними асоціації «Харківцукор» працювало 4 цукрових заводи: ТДВ «Новоіванівський цукровий завод», ПП «Цукровик агро», ПАТ «Первухінський цукровий завод» та ТОВ СГП «Білий Колодязь». У сезон цукровиробництва 2017 р. на Харківщині функціонували ще два заводи, ТОВ «Цукрове» та ТОВ АПК «Савинська», проте у 2018 р., за відсутності належної кількості цукрових буряків для переробки, вони виробництво цукру не почали.

Обсяг заготовленої цукросировини для переробки на цукрових заводах склав 569,4 тис т, що відносно попереднього, 2017 р. становило лише 67,7 % (841,4 тис т). Зважаючи на скорочення кількості перероблених цукрових буряків, скоротився і обсяг виробленого цукру. Так цей показник у 2018 р. склав 77121 т, тоді як у 2017 р. цукрові заводи Харківської області виробили 118559 т цукру, що на 53,7 % більше рівня 2018 р.

Середньодобова продуктивність цукрових заводів регіону (обсяг переробки цукрових буряків за добу) становить 2450 т. Такий рівень переробки дозволяє забезпечувати ефективність функціонування цукрових заводів та впливає на собівартість виробленого цукру. Фактично ж середньодобова продуктивність з переробки цукрових буряків цукровими заводами склала 2620 т, тобто на 6,9 % більше за нормативне значення середньодобової їх продуктивності. Це свідчить про ефективне використання виробничих потужностей цукрових заводів регіону.

Проте не лише обсяг, а і якість цукросировини має вагоме значення при виробництві цукру. Цукристість (дигестія) коренеплодів при прийманні переробними підприємствами 2018 р. склала 16,86 %, що на 1,63 % менше відносно 2017 р. Зважаючи на зменшення цукристості, зменшився і показник виходу цукру при переробці цукрових буряків. Так його рівень склав 13,53 %, що на 0,73 % менше за значення попереднього року.

Важливою складовою собівартості виробництва цукру (майже третина) є витрати на паливо та енергію. Як відомо, виробництво цукру потребує чималих витрат енергії, оскільки процеси кип'ятіння та нагрівання цукросировини займають ключову позицію в усьому циклі виробництва. Так як не всі працюючі заводи мають змогу модернізувати власне обладнання, а тепла система функціонує не ефективно, виробники часто стикаються зі значними втратами енергії. При нарощуванні об'ємів виробництва такого допускати не можна, тому питання модернізації цукрових заводів та пошуку альтернативних джерел енергії у регіоні стоїть гостро.

Прийнятий Верховною Радою в 1999 році закон «Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру» від 17.06.1999 р. № 758-XIV для подолання нестабільності ринку і розвитку цукрової галузі за останні кілька років показав свою неефективність: щорічні стрибки цін, дефіцит або профіцит цієї продукції на внутрішньому ринку, а також суттєве зменшення кількості виробників цукру.

Так, норма про мінімальні ціни на цукровий буряк, що постачається на виробництво цукру квоти А (для реалізації на внутрішньому ринку), не регулює значну частину ринку, оскільки, більше ніж 40% цукрового буряку надходить на переробку на давальницьких умовах і не підпадає під дію державного регулювання ціноутворення, оскільки з юридичної точки зору ця сировина не реалізовується.

Крім того, в період профіциту цукру на ринку ціни на нього падають нижче від законодавчо встановленої мінімальної ціни, що призводить до зниження руху обігових коштів у галузі, кризи неплатежів постачальникам і співробітникам підприємств-виробників цукру.

У зв'язку з цим Закон України «Про державне регулювання виробництва і реалізації цукру» визнано таким, що втратив чинність, а також виключено зі статті 5 закону «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» від 17.07.1997 р. № 468/97-ВР норму, яка встановлює мінімальні ціни на реалізацію цукру квоти А (квоти внутрішнього споживання цукру у країні), а також на цукровий буряк для виробництва цього цукру.

За прогнозами провідних аналітичних організацій, наступний маркетинговий рік для світового ринку цукру буде дефіцитним [1], що дозволяє українським виробникам нарощувати власне виробництво цукру за рахунок зростання посівних площ і урожайності цукрових буряків та збільшити експортні поставки.

Список використаних джерел

1. Sugar World 2019: III Міжнародний конгрес URL: <http://www.ukrsugar.com/uk/post/sugar-world-2019-vektori-rozvitku-cukrovoi-galuzi?sec=novini-ukraini>

Козаченко Ю. А.

к.ю.н., доцент кафедри підприємництва і права,

Кальян О. С.,

к.ю.н., доцент, професор кафедри підприємництва і права,

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ДО ПИТАННЯ РЕЦЕПЦІЇ РИМСЬКОГО ПРИВАТНОГО ПРАВА

Термін рецепція походить від латинського слова *receptio* і означає запозичення або відтворення. В історії та теорії права термін рецепція

вживається для позначення запозичення, сприйняття будь-якої національної правової системи принципів, інститутів, основних рис іншої національної правової системи. Саме в цьому сенсі говорять про рецепцію римського права [1, с. 476].

Римське приватне право являю собою систему загальнообов'язкових, формально визначених правил поведінки, виражених у нормах, принципах та інститутах, встановлених Римською державою для регулювання суспільних відносин. Протягом дванадцяти століть (від заснування Риму в 753 р. до н.е. й до смерті імператора Юстиніана в 565 р. н.е.) право розвивалось, удосконалювалося, зазнавало позитивних змін, унаслідок чого перетворилося на систему, придатну для регулювання різноманітних правовідносин, що виникають у розвиненому рабовласницькому суспільстві з розвиненим товарообігом [2, с. 6].

Римське приватне право значно пережило народ, що його створив, однак принципи та засади римського приватного права знаходять своє відображення в основах національних правових систем сьогодення. Іванов О.О. зазначає, що усі поняття континентального цивільного права є римськими, більшість інститутів сучасного права регламентуються так само, як і дві тисячі років тому в Стародавньому Римі [3, с. 62].

Розглядаючи особливості рецепції римського права слід враховувати наступне. По-перше, рецепція римського приватного права відбувалася в минулому і відбувається в умовах сьогодення. Це пов'язано з циклічністю цивілізаційного розвитку суспільства.

По-друге, римське приватне право створювалось за стійкого рабовласницького суспільства. Тому слід відокремлювати понятійно-категоріальний апарат та принципи римського приватного права, які використовуються в сучасних національних правових системах, від конкретних історичних умов, у яких вони створювались.

По-третє, переважна більшість норм римського приватного права, що зазнають рецепції, призначено для врегулювання відносин, що виникають між приватними особами – власниками майна – та для захисту їхніх порушених цивільних прав. Тому левову частину приписів римського приватного права, запозичених сучасними правовими системами, становлять норми цивільного права (зокрема, договірної, спадкового, зобов'язального права).

Так, норми чинного Цивільного кодексу України від 16 січня 2003 року [4] базуються на загальновизнаних у світі засадах приватного права, що були розроблені ще в Стародавньому Римі, зокрема: справедливості; суверенітету особи; неприпустимості свавільного втручання у сферу особистого життя людини; неприпустимості позбавлення права власності, крім випадків, встановлених Конституцією та законом; свободи договору; свободи підприємницької діяльності, яка не заборонена законом; судового захисту цивільного права та інтересу; справедливості, добросовісності й розумності.

Отже, римське приватне право – це унікальне явище в історії людства, яке зберігає свою актуальність й сьогодні. Головним досягненням римського приватного права є створення ґрунтового юридичного категоріального апарату й формулювання загальних принципів права.

Основою сучасних знань в галузі цивільного права є римське приватне право, його принципи, ідеї, інститути. Воно значно вплинуло на формування і розвиток правових систем держав континентальної системи права, у тому числі України.

Список використаних джерел

1. Большой юридический словарь / под ред.: А. Я. Сухарева, В. Е. Крутских. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 704 с.
2. Задорожний Ю.А. Основи римського приватного права : курс лекцій / Ю.А. Задорожний. – К. : Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2009. – 92 с.
3. Гражданское право : Учебник / [И. Д. Егоров, И. В. Елисеев, А. А. Иванов и др.] ; Под ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Проспект, 1997–. Ч. 1. – 596 с.
4. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №№ 40–44. – Ст.356.

Копитко М.І.

доктор економічних наук, професор

Львівський державний університет внутрішніх справ

м. Львів, Україна,

Стадник М.Є.

кандидат економічних наук, доцент

Львівський інститут менеджменту

м. Львів, Україна,

Мартин О.М.

кандидат економічних наук, доцент

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

м. Львів, Україна

ТРИ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Вступ. Теоретико-методологічні підходи до аналізу соціальної безпеки викладені в працях завідувача відділом проблем соціальної безпеки ЦПСДР О.О.Давидюк, одночасно визначено соціально-економічні показники та індикатори соціальної безпеки держави [1].

В працях Л.І.Ільчука та С.П.Плечка проаналізовано правовий статус соціальної сфери та зазначено, що можливості починають усвідомлюватись у правовій науці на рівні прав і свобод людини [2]. Однак застосування моделей соціально-економічної безпеки України не вивчено щодо використання в нашій державі, не вивчене питання соціальної безпеки особи як основної рушійної сили процесу виробництва тощо.

Виклад основного матеріалу. Розвиток приватної власності в Україні та посилення конкурентних відносин вимагають необхідних теоретичних розробок у галузі захисту інтересів підприємств від негативних впливів зовнішнього середовища. Тому економічній безпеці підприємств приділена значна увага науковців. Основними темами наукових досліджень є захист підприємства від діяльності економічних розвідок фірм конкурентів та створення ефективних служб охорони, а відповідно і соціальний захист учасників процесу.

Інші дослідники головну увагу приділяють розробленню математичних моделей запобігання негативним впливам. Цій проблемі присвячена стаття І.Іляшенко, яка розглядає понятійну та методичну основи економічної безпеки підприємства та надає оцінку їх застосування в науковій літературі [3]. Однак, питання соціальної безпеки особи як основної рушійної сили процесу виробництва, надання послуг чи управлінських структур залишаються з множиною невідомих та невирішених проблем.

Становлення демократії в Україні є універсальним процесом, що стосується як держави та органів державної влади, так і суспільства загалом. Буде цілком виправданим стверджувати, що саме від успішності змін на рівні суспільних відносин залежить і те, наскільки реальною буде та демократія й ті демократичні ідеали, що проголошені у вищих нормативно-правових актах країни.

Соціальна безпека України як складова національної безпеки практично не досліджена. В нашій державі зростає зацікавлення проблемою управління ЕБП, що значною мірою зумовлено високим показником банкрутства та розпаду малих і середніх підприємств, загостренням конкурентної боротьби за ринки збуту та споживача, а також запровадженням інноваційних моделей і технологій господарювання [4]. Однак, чомусь другорядне місце у про цьому процесі займає питання соціального захисту людей, які ведуть чи будуть здійснювати дану роботу.

Адже управління ЕБП потребує глибокого комплексного аналізу, врахування ринкових умов і чинників розвитку підприємств, а також вітчизняної специфіки організації управління загрозами та ризиками підприємницьких структур, тобто управління соціально-економічною безпекою підприємництва. Зокрема, виважено та критично треба розглядати психологічну “теорію рис”, яка применшує значення зв’язків підприємств із навколишнім середовищем, що базується на родинному, діловому довірі, і перебільшує значення особистих рис характеру підприємця і недооцінює роль його професійних якостей та знань.

Чомусь керівники фірм та компаній звикли розглядати економічну безпеку з позицій захисту матеріальних цінностей від загроз надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру, з питань збереження комерційної таємниці та питання захисту працівника, його мотивацію відкладають на потім.

Сьогодні пропонуємо розглянути три моделі соціально-економічної безпеки України, що пропонуються в межах різних економічних напрямків, а саме:

1) “Реактивна” модель безпеки, яка передбачає швидке реагування держави на соціально-політичні зміни на макро- та мікро- рівнях. Ця модель вважається найефективнішою в перехідний та кризовий періоди розвитку суспільства. В цій моделі економічна безпека пов’язана з більш масштабною системою державної, національної безпеки. Під об’єктом захисту розглядається “національна економіка”, з урахуванням сукупності умов і чинників, що забезпечують її незалежність, стабільність і стійкість.

2) “Макроекономічна” модель виходить з того, що в умовах кризових і великомасштабних перехідних процесів соціально-економічного характеру механізми стабілізації і забезпечення безпеки є достатньо суперечливою малорегульованою системою. Змістовними критеріями безпеки буде ефективний розвиток економіки і підвищення якості життя населення країни.

3) “Управління ризиками” вводить у науковий аналіз проблем економічної безпеки категорію “ризик” і припускає передбачення можливих надзвичайних соціально-економічних наслідків з тим, щоб запобігти, ослабити або пом’якшити їх.

Ці моделі реалізуються як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Тому систему управління економічною безпекою регіону треба будувати так, щоб властивості системи постійно удосконалювалися. Мета системи, способи і методи її реалізації, структура, спрямованість, форми діяльності повинні трансформуватися відповідно до змін внутрішнього і зовнішнього середовища, забезпечуючи при цьому прийнятний стан економічної безпеки регіону в кожний конкретний момент часу.

На сьогодні існує така практика управління соціально-економічними процесами, що проблеми вирішуються у міру їх виникнення. У сучасних умовах діяльність державних органів управління в основному направлена на компенсацію збитків від дії загроз економічної безпеки або на подолання негативних тенденцій розвитку об’єкта. Для успішного вирішення цих проблем на регіональному рівні потрібно розробити систему управління економічною безпекою регіону, що дозволить перейти від епізодичних заходів до створення стабільного механізму забезпечення безпеки. Виникаючі проблеми повинні регулярно вивчатися та досліджуватися, не кожна окремо, а комплексно. Успішне функціонування такої системи управління можливе тільки за умови реалізації принципу випереджаючого управління.

Для реалізації принципу випереджаючого управління та ухвалення ефективних управлінських рішень необхідна комплексна, своєчасна інформація, що дозволяє встановити систему прямого зворотного зв’язку між законодавчою і виконавчою владою, з одного боку, і реакцією на них у масах населення, на підприємствах, в установах і організаціях – з іншого [4]. І знову постає проблема відомчого підходу до формування інформаційних ресурсів і

надання аналітичних матеріалів. А це призводить до отримання управліннями значної за обсягом, однак різнопланової, не узгодженої між собою інформації.

Для вирішення даної проблеми доцільно створити на державному рівні єдиний інформаційно-аналітичний департамент. На регіональному рівні при Державних адміністраціях областей доцільно створити підпорядковані йому спеціальні інформаційно-аналітичні центри, які б групували та аналізували дані про стан різних об'єктів на території регіону на користь інформаційної підтримки органів влади.

Висновки. Отже, аналіз витрат на заходи сприяння зайнятості та соціального захисту незайнятого населення в Україні та порівняння з іншими країнами показує:

- 1) в нашій країні виділяється порівняно незначна сума на їх фінансування, особливо на фінансування активних заходів;
- 2) як наслідок, ці заходи, в основному, обмежуються виплатою допомоги по безробіттю чи дострокової пенсії;
- 3) основні інструменти, які фактично мають сприяти регіональній реструктуризації та підвищенню зайнятості, залишаються поза увагою;
- 4) для того, щоб навіть мізерні витрати на різні заходи не були марно витраченими, потрібно приділяти більше уваги ретельній розробці та відповідному дотриманню методології цих заходів та їх оцінюванню щодо ефективності в коротко та довгостроковому періодах.

Список використаної літератури

1. Давидюк О.О. Соціальна безпека: проблеми теоретичного аналізу та побудови системи показників. URL: <http://www.cpsr.org.ua>
2. Ільчук Л.І., Плечко С.П. Правовий статус соціальної сфери/ URL: <http://www.cpsr.org.ua>
3. Ильяшенко И.Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 3 (21). – С. 12 – 19.
4. Живко З.Б., Керницька М.І. Соціально-економічна безпека. Навч. посіб. для самост. вивч. дисципліни. – Львів: ТзОВ «Ліга-Прес», 2008. – 345 с.

Короленко О. В.

здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» за спеціальністю «Облік і оподаткування»

Науковий керівник: Тютюнник С. В.

к.е.н., доцент, професор кафедри організації обліку та аудиту

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

СОЦІАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ (ЯКОСТІ ЖИТТЯ ТА БІДНОСТІ) В УКРАЇНІ

Держава в якій ми проживаємо є потенційно дуже багатою на запаси поновлюваних і невідновлюваних ресурсів. Її географічне положення, кліматичні умови дають можливість в повній мірі розраховувати на високий рівень життя. Але, поки що на превеликий жаль ці розрахунки не виправдовуються.

На даному етапі в соціально-класовій структурі України продовжуються процеси поляризації суспільства та соціальної диференціації.

За даними Державної служби статистики України у 2018 році переважала позитивна динаміка соціально-економічного розвитку нашої країни. Так, зокрема, середньомісячна заробітна плата становила: 4195 грн у 2015 р., 5183 грн у 2016 р., 7104 грн у 2017 р. та 8865 грн у 2018 р. Якщо порівнювати рівень середньомісячної заробітної плати за видами діяльності, то найвищий показник у 2018 р. був у працівників авіаційного транспорту – 35651 грн, а найменший – у працівників поштової та кур'єрської діяльності – 5044 грн.

Номінальна заробітна плата у 2018 р. зросла по відношенню до 2017 р. - на 24,8 %, а реальна заробітна плата – на 12,5 %. Але, порівнюючи купівельну спроможність населення можна сказати, що ці зміни вплинули негативно, бо споживчі ціни також підвищилися на 3,6 % [2].

Наслідком таких змін є те, що Україна втрачає свої позиції в світовому рейтингу рівня життя, займаючи одне із останніх міст. Також вона належить до країн з найнижчим рівнем проживання.

Із тривалістю життя нерозривно пов'язане здоров'я кожного індивіда та нашої нації в цілому. Для покращення якості життя людини, необхідно покращити медицину та сучасну науку, бо суспільство не може бути повністю здоровим, маючи лише гарну систему охорони здоров'я.

Також великим тягарем для сучасної України є саме проблема бідності. Її можна трактувати, як неможливість через нестачу коштів підтримувати притаманний конкретному суспільству в конкретний період часу спосіб життя.

Бідність як фактор поляризації суспільства, та його поділу на дуже бідних і заможних, при значному зменшенні середнього прошарку суспільства.

Вона стала хронічним явищем диференціації доходів, при цьому викликаючи гостру соціальну проблему визначення способу життя більшої частини населення [3].

За даними Організації Об'єднаних Націй, за межею бідності в Україні проживає більше 80 відсотків населення. Таке становище призводить до того, що незаможні люди погано харчуються і зрештою погіршується їхнє здоров'я.

Рівень падіння економіки України та глобальна фінансово-економічна криза значно загострили проблему бідності. Особливим чином наслідки відображаються на сільському населенні, пенсіонерах, багатодітних родинах.

Однією із головних проблем, яка призвела до високого рівня бідності на сучасному етапі є економічна криза, що почалася в Україні у 2014 році. Через

це, рівень бідності зараз є вищим, ніж п'ять років тому, а саме складає – 25 % [1].

На нашу думку, є як мінімум один реальний шлях виходу з кризи, а саме - формування нової системи соціальних цінностей, яка сприятиме утвердженню соціально-класової структурованості, соціально-групової спорідненості суспільства.

Список використаних джерел

1. Бідність в Україні та стратегія її подолання. - Режим доступу : http://www.rusnauka.com/28_WP_2014/Economics/15_177693.doc.htm.
2. Державна служба статистики. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Мельниченко О. А. Підвищення рівня та якості життя населення: механізм державного регулювання : монографія / О. А. Мельниченко. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2018.

Костенко Т. М.

старший судовий експерт відділу економічних досліджень

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

МВС України, м. Полтава, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ З ПИТАНЬ НАРАХУВАННЯ ТА ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ГОЛОВІ ПРАВЛІННЯ ОБ'ЄДНАННЯ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНОГО БУДИНКУ

На сьогоднішній день найефективнішим управлінням спільним майном у багатоквартирному будинку є створення механізму такого управління саме за допомогою об'єднання його співвласників (далі – ОСББ). Кількість новостворених ОСББ в Україні з плином часу постійно зростає. З одного боку – це позитивна тенденція, а з іншого – супроводжується певними проблемами. Адже ні мешканці ОСББ, ані ті, хто його очолюють, зараз достеменно не знайомі зі специфікою роботи такої організації. У ході діяльності кожного ОСББ з часом виникає питання щодо розміру грошової винагороди, на яку може претендувати голова правління за виконану в інтересах ОСББ роботу.

Відповідно до Закону України “Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку” від 29.11.2001 № 2866-III [1], ОСББ має право утворювати органи управління, визначати умови та розмір плати за їхню діяльність (ст. 16). Органами управління ОСББ є загальні збори співвласників, правління, ревізійна комісія об'єднання (ст. 10). Причому затвердження кошторису, балансу, річного звіту, а також визначення розміру матеріального, іншого заохочення голови та членів правління відноситься до виключної компетенції загальних зборів співвласників.

На практиці трапляються випадки, коли голова та члени правління ОСББ виконують покладені на них обов'язки на громадських засадах, тобто

безоплатно. Заборони для виконання обов'язків головою правління ОСББ на громадських засадах законодавство не містить. Міністерство соціальної політики України в листі від 02.03.2015 № 228/13/84-15 [2] у схожій ситуації доходить висновку, що голова та члени правління ОСББ можуть виконувати свої обов'язки на громадських засадах (на безоплатній основі). Але це має бути визначено в статуті чи іншому документі, затвердженому в установленому порядку вищим органом управління, тобто загальними зборами співвласників.

Якщо на загальних зборах прийнято рішення виплачувати матеріальне заохочення (зарплату) голові правління ОСББ, то це вже площина трудових відносин. Останнє, з огляду на вимоги ст. 2 Кодексу законів про працю України [3], передбачає оплату праці не нижче встановленого державою мінімального розміру, а також укладення трудового договору.

Тому робота голови правління в ОСББ на платній основі, тобто отримання систематично кожного місяця заробітної плати, передбачає укладання з ним відповідного трудового договору, оформлення наказу про прийняття на роботу з зазначенням посади, розміру заробітної плати, визначення дати початку роботи.

Розмір мінімальної заробітної плати встановлюється щорічно Законом України "Про Державний бюджет України" на відповідний рік. Так, згідно ст. 8 Закону України від 23.11.2018 № 2629-VIII [4], у 2019 році з 1 січня мінімальна заробітна плата складає: у місячному розмірі 4173 гривні, у погодинному розмірі 25,13 гривні.

Факт нарахування та виплата заробітної плати голові правління ОСББ є підставою для сплати обов'язкових податків та зборів із суми виплат. З урахуванням вимог Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 № 996-XIV [5], операції щодо нарахованої та виплаченої заробітної голові правління та утриманих обов'язкових податків і зборів із суми виплат, відображаються в бухгалтерському обліку ОСББ.

В ході проведення судової економічної експертизи щодо підтвердження розміру збитків, завданих ОСББ за рахунок розтрати грошових коштів на виплату заробітної плати голові правління та утриманих обов'язкових податків і зборів із суми цих виплат, необхідно, перш за все, дослідити статутні та розпорядчі документи ОСББ. Слід визначити підстави роботи голови ОСББ, порядок оплати його праці та її розмір. У межах компетенції експерта-економіста необхідно дослідити відповідність розміру заробітної плати голови правління ОСББ, що встановлена та затверджена рішенням загальних зборів об'єднання, розміру нарахованої та виплаченої заробітної плати голові за даними бухгалтерського обліку ОСББ, з урахуванням встановленого розміру мінімальної заробітної плати у відповідному періоді.

Відповідно до Інструкції [6], облік розрахунків за відшкодуванням підприємству завданих збитків у результаті нестач і втрат від псування цінностей, нестач та розкрадання грошових коштів, якщо винуватця виявлено, ведеться на субрахунку 375. В розрізі кожного окремого дебітора, за видами

заборгованості, термінами її виникнення й погашення ведеться також аналітичний облік.

Порядком [7] передбачено, що матеріальна шкода (збитки) - втрата активів чи недоотримання належних доходів об'єктом контролю та/або державою, що сталися внаслідок порушення законодавства об'єктом контролю шляхом дій або бездіяльності його посадових (службових) осіб. В свою чергу, втрата активів – це безповоротне зменшення активів через: перерахування (сплату) коштів; відчуження, недостачу, знищення (псування) чи придбання неліквідного (зіпсованого) майна; втрату боржника у зобов'язанні; зменшення частки державної (комунальної) власності у статутному фонді господарського товариства. У подальшому. Розмір матеріальної шкоди (збитків) як вартість втрачених активів визначається за даними бухгалтерського обліку і фінансової звітності суб'єкта контролю.

До активів, відповідно до ст. 3 Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” [8], належать ресурси, контрольовані підприємством в результаті минулих подій, використання яких, як очікується, приведе до надходження економічних вигод у майбутньому. Відповідно до визначень вказаного Національного положення (стандарту), грошові кошти є оборотними активами підприємства.

Таким чином, підтвердження розміру завданих збитків, завданих об'єднанню співвласників багатоквартирного будинку унаслідок розтрата грошових коштів на виплату заробітної плати голові правління ОСББ та утриманих обов'язкових податків і зборів із суми цих виплат є можливим у разі перевищення розміру нарахованої та виплаченої заробітної плати голові ОСББ за даними бухгалтерського обліку від розміру заробітної плати, затвердженого рішенням загальних зборів ОСББ з подальшим відображенням даної суми невідповідності на субрахунку 375 “Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків” по розрахунках з зазначеною особою.

В разі відсутності затвердженого рішенням загальних зборів ОСББ розміру заробітної плати голові правління ОСББ та підтвердження в ході дослідження нарахованої та виплаченої заробітної плати голові правління ОСББ за даними бухгалтерського обліку ОСББ, підтвердити розмір збитків, завданих ОСББ за рахунок розтрата грошових коштів на виплату заробітної плати голові правління ОСББ та утриманих обов'язкових податків і зборів із суми цих виплат, не є можливим.

Список використаних джерел

1. Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку: Закон України від 29.11.2001 № 2866-III. Дата оновлення: 19.07.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-14> (дата звернення 05.03.2019).

2. Щодо виконання обов'язків голови та членів споживчого товариства на безоплатній основі: Лист Міністерства соціальної політики України від 02.03.2015 № 228/13/84-15.

URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FN009227.html (дата звернення 04.03.2019).

3. Кодекс законів про працю України від 10.12.71 № 322-VIII. Дата оновлення: 11.10.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (дата звернення 04.03.2019).

4. Про Державний бюджет України на 2019 рік: Закон України від 23.11.2018 № 2629-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19> (дата звернення 05.03.2019).

5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. Дата оновлення: 16.11.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення 05.03.2019).

6. Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. Дата оновлення: 05.01.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення 05.03.2019).

7. Порядок взаємодії між органами державної контрольно-ревізійної служби та органами прокуратури, внутрішніх справ і служби безпеки України, затверджений наказом Головного контрольно-ревізійного управління України, Міністерства внутрішніх справ України, Служби безпеки України, Генеральної прокуратури України від 19.10.2006 № 346/1025/685/53. Дата оновлення: 19.10.2006. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1166-06> (дата звернення 05.03.2019).

8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності”, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 №73. Дата оновлення: 03.08.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення 05.03.2019).

Кравченко А.П.

к.ю.н., доцент кафедри правознавства

Полтавський інститут економіки і права

Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»

м. Полтава, Україна

ГЕНЕЗА ІНСТИТУТУ ГРОМАДЯНСТВА В КОНТЕКСТІ КОНСТИТУЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Як відомо, зазвичай, основну частину населення будь-якої країни становить особлива категорія фізичних осіб - громадян держави. Стаття 5 Конституції України зазначає, що носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ, який здійснює владу як безпосередньо, так і через органи державної влади і місцевого самоврядування. Розділ II Декларації про держаний суверенітет вказує на те, що народом України є “громадяни Республіки всіх національностей”. У розділі IV підкреслюється, що “Україна має своє громадянство і всі її громадяни рівні перед законом”[4]. Інститут

громадянства виник порівняно недавно, але громадянство як постійний правовий зв'язок особи і держави було відомо вже у рабовласницьку епоху, коли громадянами могли вважатися лише вільні люди. У феодальній державі, яка базувалася на поділові населення на суспільні стани та на нерівних їхніх правах, існував інститут підданства. Цей інститут символізував повну залежність людини від свого монарха, її обов'язок повністю виконувати волю свого пана. Інститут громадянства сформувався в результаті буржуазних революцій під впливом теорії про природні та невідчужувані права людини, про її рівні громадянські й політичні права в суспільстві. Починаючи з Декларації незалежності Сполучених Штатів Америки (1776 р.), держава почала визнавати людину вільним і рівноправним членом суспільства, активним учасником здійснення суверенної влади держави [1].

Отже, можна констатувати, що інститут громадянства замінив інститут підданства. Нині термін “підданство” вживається лише у монархічних державах і, звичайно, у тому ж значенні, що й термін “громадянство”. Більше того, у конституціях і законодавстві ряду держав — Бельгії, Іспанії, Нідерландів та ін., які є монархіями, замість терміну “підданство” вживається термін “громадянство” [2]. У царській Росії зв'язок між особою і державою також ґрунтувався на підданстві, а не на громадянстві. Причому її законодавство зберігало риси Середньовіччя з його феодальними початками, засновувалося на юридичній нерівності підданих. Останні поділялися на декілька розрядів з особливим правовим статусом: природні піддані, у складі яких, у свою чергу, виділялись: дворянство (особисте і спадкове), міські мешканці (поділялись на групи: шановні громадяни, купці, міщани і цехові), сільське населення, іноземці (євреї і східні народи), фінляндські мешканці. Саме по належності до тієї чи іншої групи підданих царське законодавство пов'язувало достатньо істотну різницю в їх правах, свободах і обов'язках. Першим декретом радянської влади із питань громадянства був Декрет “Про знищення станів і громадських чинів”, в якому проголошувалося, що існуючі донині в Росії стани і становий поділ громадян, станові привілеї і обмеження, всілякі звання (дворянина, купця, поміщика, тощо), титули і назви громадянських чинів знищуються і встановлюється одна загальна для всього населення Росії назва — громадянин Російської Федерації. Цей нормативний акт відіграв велике значення для формування інституту громадянства в колишніх республіках СРСР, в тому числі і в українській. [3].

Розуміння людини як громадянина є надзвичайно важливим у характеристиці її соціальної сутності, правового становища, як особи, котра має правову належність до тієї чи іншої держави, підпадає під дію її законодавства та узгоджує з ним свою поведінку [5]. Громадянство є тією необхідною підставою, яка надає особі, що має статус громадянина, можливість повною мірою долучитися до політичного, економічного, правового та культурного життя суспільства та держави. Обсяг тих прав, якими може користуватися особа в окремій державі, а також обсяг обов'язків, що покладені

на неї цією державою, знаходяться у прямій залежності від наявності чи відсутності у особи статусу громадянина даної країни. Громадянські й політичні, економічні й соціальні, культурні права і свободи у повному обсязі надаються саме громадянам суверенної держави [7].

Громадянство є найважливішою передумовою встановлення правового статусу особи в державі. Правовий статус громадянина — це система прав і обов'язків кожного громадянина, яка включає в себе суб'єктивні права і юридичні обов'язки громадян і відрізняє їх від іноземних громадян [6]. Необхідно зазначити, що громадян не можна розглядати лише як сукупність осіб, які проживають на території даної держави. Сукупність осіб, які проживають на території тієї чи іншої країни, становить її населення, яке складається з громадян даної держави, а також іноземців та осіб без громадянства [7]. Населення країни являє собою демографічну, а не правову категорію. Немає підстав також вважати громадянами всіх осіб, на яких поширюється влада держави, її суверенітет. Отже, громадянином України, як і будь-якої держави, є не будь-яка людина, котра проживає на її території, підкоряється державній владі, користується правами і виконує обов'язки. Громадянином України є лише та особа, яка перебуває в особливих правових зв'язках з Україною — зв'язках, що становлять зміст громадянства.

Список використаних джерел

1. Боярс Ю.Р.: Питання громадянства в міжнародному праві. - М., 1986. – 160 с.
2. Боярс Ю.Р.: Громадянство у міжнародному і внутрішньому праві. - Рига, 1981. – 254 с.
3. Васильєв В.: Громадянство після розпаду СРСР // Народний депутат. -1992. - № 18. – С. 15-17.
4. Декларація про державний суверенітет України: Прийнята Верховною Радою Української РСР 16 липня 1990 р.. - К. - 1991.7
5. Тацій В.Я. Проблеми формування правової політики в Україні [Текст] / В.Я. Тацій // Вісник Академії правових наук України. - 1994 р. - №2. - Х. : Основа, 1994. - С. 3-13.
6. Тодика Ю.М., Ольховський Б.І.: Громадянство України. - Х. - 1994. – 46 с. 30
7. Тодика Ю.М., Рішняк Н.А. Громадянство України [Текст] : навч. посібник / Ю. М. Тодика, Н. А. Рішняк / Нац. юр. акад. України ім. Ярослава Мудрого. – Харків. - 1996. - 217 с.

Кривошея Є. В.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії

Науковий керівник:

Пономарьова М.С.

*канд.екон.наук, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і організації
виробництва*

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

м. Харків, Україна

ПРАКТИКА ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Сьогодні коли Україна знаходиться в процесі інтеграції до європейського простору, розвиток підприємництва є одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання, рушієм економіки країни. Ефективний розвиток підприємництва забезпечує конкурентне середовище для суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності, розвиток яких формує сприятливі умови і ресурсний потенціал [1], зацікавленість іноземних і вітчизняних інвесторів. При цьому успішна діяльність підприємництва вирішує ряд важливих завдань, зокрема сприяє поповненню бюджету, насиченню споживчого ринку товарами та послугами, створює нові робочі місця, підвищуючи зайнятість населення і знижуючи при цьому рівень безробіття.

Відповідно до статті 42 Господарського кодексу України, підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [2].

Розвиток підприємництва в Україні – стратегічно важлива місія, яка в змозі забезпечить нормальне функціонування економіки країни, а отже держава повинна відігравати значну роль в процесі її реалізації. Державна підтримка підприємництва здійснюється для забезпечення можливості господарюючих суб'єктів здійснювати свою діяльність у рівних умовах поряд з іншими підприємницькими структурами і максимально використовуватися свій потенціал для забезпечення сталого розвитку країни. Для цього органи влади покликані розробляти і фінансувати програми та проекти, здійснювати заходи за рахунок центрального та місцевих бюджетів, надходжень від приватизації майна, доходів від власної діяльності, добровільних внесків юридичних і фізичних осіб, іноземних інвестицій.

Реалізація вищенаведених заходів повинна відбуватися згідно з державною політикою розвитку та підтримки підприємництва в контексті європейської інтеграції, під якою необхідно розуміти системну діяльність

урядовців, центральних та місцевих органів влади, які функціонально взаємопов'язані між собою з метою реалізації ефективної діяльності підприємництва у напрямі сталого розвитку євроінтеграційних прагнень держави [3].

Правова база підприємницької діяльності – це сукупність законів, нормативних та інструктивних документів, які визначають порядок створення підприємств, реєстрацію фізичних осіб – підприємців, їх правові та організаційні форми, порядок організації виробництва, забезпечення його необхідними ресурсами, збут, систему оподаткування, відносини між державою та підприємцями, суб'єктів підприємницької діяльності між собою, а також які дають підприємцям певні правові гарантії [4].

Сьогодні правову основу діяльності підприємств складають закони України «Про власність», «Про підприємства в Україні», «Про господарські товариства», «Про селянське (фермерське) господарство», «Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницької діяльності», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців щодо спрощення реєстрації осіб як платників податків» та ін. Президентом України, Кабінетом Міністрів та Верховною Радою прийнято ряд рішень щодо удосконалення нормативно-правової бази, усунення адміністративних, економічних та організаційних перешкод розвитку підприємництва, запровадження нових підходів до державного дерегулювання у сфері підприємництва. Насамперед це стосується внесення змін до процесів регулювання, ліцензування, отримання документів дозвільного характеру для ведення підприємницької діяльності, спрощення системи оподаткування, упорядкування планових (позапланових) перевірок фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності державними контролюючими органами.

Незважаючи на існування значної правової бази, щодо підтримки підприємництва в Україні сьогодні не спостерігається значних досягнень у сфері здійснення регулювання підприємницькою діяльністю на рівні держави. Державна політика, основним завданням якої є заохочення розвитку підприємницького середовища в країні, поки не принесла значного результату. Про що говорить інформація щодо сучасного стану підприємницької діяльності в країні:

- стійка тенденція до зменшення кількості підприємств усіх форм господарювання;
- зниження показників зайнятості;
- збільшення збиткових підприємств;
- недостатній рівень матеріально-технічного, ресурсного, кадрового, інтелектуального забезпечення підприємницького сектору;

- зниження рівня оплати праці у співвідношенні з рівнем інфляції.

Існування даних тенденцій обумовлено низьким рівнем контролю реалізації державної підтримки підприємницької діяльності, так сьогодні в Україні спостерігається низький рівень захищеності майна та прав власності суб'єктів підприємництва, складний доступ господарюючих суб'єктів до ринків збуту та ресурсної бази, низька мотивація до здійснення господарської діяльності через невисокі фінансові результати діяльності та великий відсоток тих підприємств, які є збитковими або припинили свою діяльність, проблеми фінансування комерційної господарської діяльності, ресурсного, фінансового та інвестиційного забезпечення розвитку підприємництва, низький рівень дієвості та ефективності національної, регіональних і місцевих стратегій та програм підтримки підприємництва, неадекватність та неефективність податкового навантаження на мале та середнє підприємництво, низький рівень життєздатності вітчизняного підприємницького сектору через низьку інвестиційно-інноваційну активність його суб'єктів, украй низький рівень і малу кількість реалізованих проектів і програм співробітництва з великим підприємництвом та державою [5].

На нашу думку суттєво вплинути на поліпшення даної ситуації може:

- забезпечити участі представників підприємницьких структур у процесі розробки нових і вдосконалення існуючих нормативно-правових актів щодо функціонування господарюючих суб'єктів у підприємстві, формування, розподілу та використання бюджетних коштів, здійснення заходів із запобігання фінансових порушень та регламентації інших важливих питань;
- стимулювання суб'єктів ринкової інфраструктури (банки, лізингові компанії, венчурні фонди, кредитні спілки тощо) мати справу з підприємцями, формування сприятливої податкової політики, сприяння розвитку альтернативних схем фінансування;
- дослідити можливості і потреби підприємництва в контексті євроінтеграції, та створити умови для сертифікації за європейськими стандартами української продукції;
- створити веб-порталу з метою надання інформації, поданої про стан підприємництва на всіх етапах господарювання: започаткування підприємницької діяльності; отримання необхідних адміністративних послуг; залучення фінансування; наявність програм підтримки малих і середніх підприємців; наявність інфраструктури підтримки підприємництва; провадження експортної діяльності.

Отже, сьогодні в країні на законодавчому рівні розроблено достатню кількість нормативно-правової документації, що регулює підприємницьку діяльність але потрібно внести зміни, щодо практичної реалізації регулювання і контролю за здійсненням державних програм підтримки підприємницької діяльності, створити умови для переходу підприємництва в рамки

співробітництва з Євросоюзом, забезпечити вільний інформаційний доступ до результатів підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Управління проектами: навч. посіб. / О. В. Ульяновченко [та ін.]. – Х. : ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2010. – 522 с
2. Господарський кодекс України N 436- IV від 16 січня 2003 року редакція від 03.02.2019 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 12.03.2019).
3. Пономарьова М.С. Шовкун Л.В., Савельєва О.М. Економічні та правові важелі підприємництва як складника ефективного розвитку агробізнесу. *Вісник ХНАУ. Серія “Економічні науки”*. 2015. № 1. С. 227-236. – 257 с.
4. Правова база – основа розвитку підприємництва URL <http://www.pidpryemec.com/opinion/legal-base/> (дата звернення 15.03.2019).
5. Кривошея Є.В. Стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні *Aktuelle Themen im Kontext der Entwicklung der modernen Wissenschaften: der Sammlung wissenschaftlicher Arbeiten «ΛΟΓΟΣ» zu den Materialien der internationalen wissenschaftlich-praktischen Konferenz*, (Dresden, 23 Januar, 2019) Dresden : NGO «Europäische Wissenschaftsplattform», 2019. В.8.

Крупа В.Р.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності*

*Львівський національний аграрний університет
м. Львів, Україна*

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні економічному середовищу, у якому функціонують агропромислові підприємства, притаманне інтенсивне впровадження у виробничий процес високопродуктивних технічних засобів та передових технологій, часті зміни ринкової кон'юнктури, господарського та податкового законодавства, динамічні валютні коливання, зростання монопольних тенденцій.

Ефективна адаптація до нових умов діяльності вимагає від сільськогосподарських підприємств істотного посилення кадрової роботи у напрямі формування та розвитку конкурентоспроможного персоналу, наділеного інноваційним знаннями і компетенціями. Для цього необхідно розробити відповідну стратегію та удосконалити практику управління кадровим потенціалом.

Процес управління кадровим потенціалом на підприємстві тісно взаємозв'язаний із процесом управління персоналом і за своєю суттю являє цілеспрямований вплив на працівників з метою отримання максимального

результату від їх діяльності з урахуванням удосконалення технології та організації виробництва, підвищення продуктивності праці та з орієнтацією на їх можливості та інтереси [1, с. 26].

Головна мета системи управління кадровим потенціалом у підприємствах АПК полягає у створенні сприятливих умов для формування його оптимальних кількісних і якісних характеристик, а також забезпеченні найбільш ефективного використання. Мова йде про підбір необхідних кадрів, виявлення їх професійної придатності, формування компетентності, розвиток загальних і професійних знань, умінь та практичних навичок, належну психологічну, моральну і економічну підготовку персоналу до продуктивної праці. Іншими словами, управління кадровим потенціалом повинно забезпечити упорядкування, збереження якісної специфіки, вдосконалення та розвиток персоналу.

На жаль, у сільськогосподарських підприємствах сьогодні має місце тенденція до погіршення базових характеристик персоналу, які визначають його потенційні можливості. З одного боку це наслідок незадовільних умов формування людського капіталу села, з іншого – недостатньої уваги керівників підприємств до організації та управління процесами розвитку персоналу. На рівні підприємств практично зупинився процес відтворення персоналу, слабо діють механізми мотивації, відсутні умови для розкриття і реалізації потенційних можливостей працівників. Більшість підприємств взагалі не має чітких розроблених систем та програми управління кадровим потенціалом.

Проведене нами соціологічне опитування керівників сільськогосподарських підприємств Львівської області засвідчило неоднозначність підходів до здійснення кадрового менеджменту. Насамперед це проявляється у виборі типу кадрової стратегії підприємства.

У ході досліджень з'ясовано, що 30,1% опитаних керівників підприємств намагаються залучити висококваліфікованих спеціалістів з інших підприємств, запропонувавши їм привабливі умови праці. Більшість же (48,6%) не орієнтуються на конкретну стратегію, а приймають тих працівників, яких потребують для заміщення певних посад і які бажають працювати на підприємстві.

Решта управлінців зорієнтовані на підбір кадрів серед певного контингенту працівників, зокрема 7,1% керівників орієнтуються на молодих фахівців з будь-яким рівнем освіти, але досвідом роботи за спеціальністю і 14,3% опитаних воліють виховувати власні кадри, в тому числі й з випускників аграрних вишів.

Не надто активними є керівники сільськогосподарських підприємств щодо співпраці з навчальними закладами з питань забезпечення якісної практичної підготовки студентів. Зокрема, лише 20,5% керівників регулярно співпрацюють з аграрними вишами щодо проходження студентами

виробничої практики. Ще 42,1% респондентів співпрацюють епізодично, 27,1% – майже не співпрацюють і 10,3% – зовсім не приділяють цьому уваги.

При цьому проходження практичної підготовки студентами у більшості підприємств належним чином не організоване і носить формальний характер. Як показало опитування лише у 3,5% підприємств за студентом закріплюється керівник практики, який дає йому конкретні виробничі завдання, здійснює консультаційну підтримку. У 20,3% підприємств керівник практики не закріплюється, але студенту надається можливість спостерігати за виробничими процесами. Водночас у більшості підприємств (52,4%) студентам лише надається необхідна економічна чи технічна інформація для оформлення звіту по практиці. Такий підхід керівники насамперед мотивують незацікавленістю самих студентів у належному проходженні практики, відсутністю корисного ефекту від цього для підприємства, а також браком часу у провідних фахівців для роботи з практикантами.

Разом із тим, керівники аграрних підприємств Львівщини приділяють обмежену увагу не лише професійній підготовці майбутніх фахівців, але й розвитку компетенцій підпорядкованого їм персоналу. Зокрема, лише 23,2% керівників наголосили, що вони організовують і фінансують заходи щодо професійного навчання та підвищення кваліфікації кадрів. Решта таких заходів не проводять, оскільки не бачать у цьому потреби (35,8%) або не мають змоги їх фінансувати (41,0%). При цьому серед видів підготовки працівників визначальну роль відіграє виробниче навчання на робочому місці. Його практикують понад 85% керівників підприємств. Стосовно альтернативних форм навчання, то його застосовують лише окремі великі підприємства, які по-перше – мають для цього достатні фінансові можливості; по-друге – чітко усвідомлюють значення кваліфікованого персоналу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, по-третє – зацікавлені у розвитку компетенцій окремих категорій працівників.

Зважаючи на описані тенденції вітчизняну практику у сфері управління професійним розвитком персоналу аграрного сектора економіки необхідно адаптувати до загальносвітових тенденцій та міжнародних стандартів. Це, зокрема: розвиток дистанційної освіти, створення недержавних дорадчих і консультаційних центрів, інформаційно-аналітичних служб з метою аналізу кадрових процесів і проблем розвитку персоналу в аграрній галузі, організація тренінгів, семінарів і практичних занять для аграріїв, розвиток школи агробізнесу, реформування системи організації підготовки кадрів [2, с.18].

Управління формуванням кадрового потенціалу аграрного підприємства в сучасних умовах повинно бути технологічно гнучким, орієнтуватися на якість персоналу та індивідуальний підхід. Для кожної фази процесу аграрного виробництва необхідно підібрати відповідні їй організаційні умови, кадровий склад і структуру кадрового потенціалу. На практиці удосконалення роботи адміністрації сільськогосподарських підприємств по оптимізації кадрового складу та зниженню витрат на персонал передбачає наступне:

- Виділення «кадрового осередку» і основних професій для підприємства;
- Розширення сфери суміщення професій та зон обслуговування;
- Підвищення гнучкості використання кадрового складу працівників за рахунок організації робіт з урахуванням сезонності виробництва та попиту на аграрну продукцію, внутрішнього суміщення посад і професій, позмінної роботи;
- Забезпечення подальшого удосконалення організації виробництва (усунення повторюваних технологічних операцій, оптимізації розміщення робочих місць та їх раціональної організації, поліпшення умов праці) та організації заробітної плати.

Відзначимо, що у нових моделях управління кадровим потенціалом мотивація персоналу набуває особливого значення, оскільки дозволяє забезпечити оптимальне використання ресурсів, мобілізацію наявного кадрового потенціалу і підвищити рентабельність та ринкову конкурентоспроможність підприємств. З цим пов'язане впровадження нової концепції якості трудового життя, заснованої на принципах справедливої винагороди за працю, безпеки праці та виробництва, надання працівникам можливості для професійного зростання та самореалізації.

У цьому контексті головним завданням кадрового менеджменту стає підвищення ефективності мотивації та самомотивації персоналу до професійного розвитку. При цьому слід врахувати тісний взаємозв'язок механізмів мотивації розвитку персоналу та мотивації праці. Встановивши відповідні мотиваційні орієнтири і забезпечивши чітку відповідність між рівнем освітньо-кваліфікаційної підготовки персоналу та можливістю отримання певних благ можна істотно покращити якість та ефективність управління кадровою складовою підприємства.

Для гармонізації систем мотивації розвитку персоналу (управлінська сфера) і мотивації до праці (виробнича сфера) необхідне впровадження у аграрних підприємствах принципово нових підходів до оплати праці, які поєднують оцінку результатів роботи працівників та рівня їх знань і компетентності. При цьому передбачено встановлення доплат і надбавок за проходження певних видів виробничого навчання. Такому підходу відповідає запропонований західними дослідниками принцип «оплати за ефективність» або по-іншому – оплати за трудовий внесок працівника. Реалізації цього принципу можна досягти шляхом впровадження безтарифної або грейдової систем оплати праці.

Важливе місце у системі розвитку кадрового потенціалу займає управління самомотивацією працівників до професійного навчання та розвитку. Для активізації внутрішніх мотивів працівників, керівникам необхідно вжити заходів по забезпеченню відповідності освітньо-кваліфікаційного рівня працівника його статусу у підприємстві, а також формування у працівника почуття причетності до результатів діяльності підприємства. Це досягається за рахунок

публічного визнання навиків та досвіду працівників, залучення їх до розробки стратегічних і поточних планів розвитку підприємства, забезпечення участі працівників у прибутках тощо.

Напрямами вдосконалення управління кадровим потенціалом сільськогосподарських підприємств також є планування потреби у персоналі, складання професійних стандартів та моделей компетенцій, впровадження на великих підприємствах автоматизованих систем управління кадровою політикою. Однак, лише комплексна реалізація цих заходів дозволить зберегти та примножити кадровий потенціал аграрної галузі.

Список використаних джерел

1. Гриньова В. М. Писаревська Г. І. Управління кадровим потенціалом підприємства : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. 228 с.
2. Перелигін М. Стратегія управління професійним розвитком кадрів аграрного сектора: зарубіжний досвід та вітчизняна практика. Україна: аспекти праці. 2013. №4. С. 17–21.

Крупа О.М.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності*

*Львівський національний аграрний університет
м. Львів, Україна*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ В УКРАЇНІ

Інноваційним трендом сьогодення сфері комерційної діяльності підприємств АПК є поширення інтернет-торгівлі сільськогосподарською продукцією. Це зумовлено низкою переваг даної форми продажу, до яких можна віднести здійснення комерційних операцій з максимальною ефективністю (за рахунок зменшення трансакційних витрат), оперативне реагування на зміни ринку товарів та послуг, можливість повнішого вивчення потреб споживачів, кращий інформаційний супровід процесу збуту продукції, розширення сфери впливу комерційних суб'єктів та посилення їх конкурентних переваг.

Водночас, маркетингові інструменти реалізації сільськогосподарських товарів з використанням мережі Інтернет використовуються неповністю, що зумовлено як специфікою певних видів продукції, так і певними проблемами організації та інституційного забезпечення даного виду торгівлі. Тому визначення перспектив розвитку інтернет-торгівлі як різновиду комерційної діяльності є досить актуальним в контексті підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств.

Згідно даних міжнародного центру інтернет-торгівлі Allbiz ринок сільського господарства посідає друге місце за активністю серед 106 ринків

товарів і послуг. На ресурсі у цьому ринку розміщено понад 225 тисяч товарних одиниць та послуг від національних підприємців. Щомісяця понад 212 тисяч покупців з України шукають сільгосптовари і техніку на електронному торговому майданчику, генеруючи 6,5 тисячі письмових заявок і здійснюючи більше 318 тисяч телефонних звернень постачальникам [1]. Однак аналіз змісту представлених оголошень засвідчив, що основну їх частину складають повідомлення компаній і приватних осіб щодо купівлі-продажу сільськогосподарської техніки та комплектуючих, добрив та отрутохімікатів, насіння і посадкового матеріалу, а також сировинних товарів (зерно, соняшник). Питома вага інших видів продукції є незначною, що свідчить про недостатній розвиток сегменту інтернет-торгівлі в аграрному секторі.

Основними перешкодами на шляху використання потенційних можливостей збуту сільськогосподарської продукції через глобальну інтерактивну мережу в Україні є:

- обмежений доступ або низька якість інтернет-зв'язку у багатьох сільських населених пунктах,
- недостатня поінформованість керівників підприємств про переваги інтернет-торгівлі, їх консерватизм, що проявляється у схильності до традиційних засобів товаропросування і небажанні впроваджувати нові методи збуту продукції;
- відсутність кваліфікованих фахівців з продажу, як б могли просувати та ефективно використовувати інтернет-технології у аграрних підприємствах;
- обмежений термін придатності певних видів продукції, складність її зберігання та транспортування порівняно з промисловими товарами. Це створює ризики погіршення якості продукції на етапі її транспортування і може стати причиною численних претензій з боку споживачів, а отже, фінансових збитків;
- консерватизм частини покупців (особливо старшої вікової групи), їх бажання безпосередньо поспілкуватися з продавцем, наочно оцінити якість та асортимент пропонованої продукції;
- недовіра частини покупців до розрахунків по Інтернету, небажання поширювати особисті дані (зазвичай при здійсненні операцій обов'язковою є процедура реєстрації) та фінансову інформацію, загрози несанкціонованого доступу до рахунків тощо.

Сьогодні інтернет-торгівля сільськогосподарською продукцією набула наступних видових форм:

- 1) збут продукції завдяки розміщенню повідомлень на безкоштовних дошках оголошень. Цей спосіб найпростіший для агровиробників, оскільки не потребує значних витрат, однак і комерційний ефект теж мінімальний. Це пов'язано із тим, що на популярних дошках оголошень інформація досить швидко змінюється (через велику кількість продавців) і опубліковані повідомлення досить швидко зникають з «поля зору» потенційних покупців, переміщуючись в архів. Тому існує необхідність постійного оновлення

повідомлень, однак їх частота як правило обмежується адміністратором інтернет-порталу.

2) продаж продукції через власний сайт або інтернет-магазин – ця форма набуває все більшої популярності серед представників агробізнесу завдяки чіткому позиціюванню підприємства в пошукових системах, використанню вбудованих засобів реклами і маркетингу, можливостям налагодження тісних контактів зі споживачами, формування клієнтської бази, аналізу та коригування власної збутової політики. До того ж власний сайт виступає своєрідною візитівкою підприємства, елементом брендингу.

Проте інтернет-магазини та сайти не позбавлені певних недоліків, серед яких: значні фінансові затрати і час на розробку та «розкрутку» сайту, несумісність деяких платіжних систем, недовіра з боку споживачів через недостатні правові механізми захисту їх прав, невідповідність вигляду і якості продукції заявленим параметрам та ін. З огляду на це ще одним варіантом інтернет-торгівлі для аграріїв є використання так званих торгових систем, які дозволяють нівелювати означені недоліки власних сайтів та інтерактивних дошок оголошень завдяки поєднанню переваг та можливостей цих інструментів. Прикладом таких систем є, зокрема, портал «Агроторг». Основу системи становить каталог товарів і послуг, який формується її учасниками. Для продажу товарів/послуг компанія (користувач) повинна зареєструватися в системі, що дає змогу створити своє веб-представництво (сайт) та виставляти товари і послуги на продаж, які потрапляють у загальний каталог і відповідну рубрику [2, с. 134].

3) продаж через інтернет-ринки сільськогосподарської продукції, які виконують посередницьку функцію між виробником та споживачем. Інтернет ринок – відносно новий проект, який в Україні поки що реалізується лише на базі ТзОВ РСП «Шувар» (м.Львів). Ринок пропонує широкий спектр плодоовочевої продукції та інших продуктів харчування населенню регіону. На сайті ринку за адресою <http://vip.shuvar.com>. доступний сервіс цілодобового замовлення продуктів за он-лайн каталогом та їх доставка за одним із обраних варіантів: доставка додому (у квартиру), доставка у Food Box (скриньки встановлені у під'їзді), доставка продуктів у термоящиках в офіс (зберігають свіжість продуктів протягом дня).

Окремі науковці звертають увагу на те, що «Шувар» все ж є посередницькою структурою і сільськогосподарські підприємства та фермери, надаючи йому продукцію для продажу, в тому числі через Інтернет-магазин, платять комісійну винагороду в розмірі 5%, втрачаючи частину потенційного прибутку [3]. Проте ці втрати, на наш погляд, сповна компенсуються зростанням попиту споживачів і масштабів обігу, адже реалізація продукції через Інтернет здійснюється зазвичай за нижчими цінами і при цьому дозволяє зекономити час покупців.

Результати досліджень засвідчили, що інтернет-торгівля сільськогосподарською продукцією в Україні, попри значні труднощі, є досить

перспективним напрямом комерційної діяльності, який швидко розвивається. Тому ігнорування підприємцями та фермерами цих тенденцій може істотно похитнути їх ринкові позиції.

Для подолання перешкод реалізації продукції АПК через інтернет-мережу доцільно вивчити і адаптувати до вітчизняних умов зарубіжний досвід організації даного виду торгівлі. Найбільшого прогресу у цьому контексті досягли США, де для потреб фермерських господарств розроблено сотні корисних сайтів, програмне забезпечення та додатки, відбувається постійна навчальна робота серед фермерів по використанню Інтернет-маркетингу у їхній професійній діяльності [4].

З урахуванням передових технологій і механізмів в сфері інтернет-торгівлі можна визначити такі перспективні напрями її розвитку у вітчизняному АПК:

- розробка доступного програмного забезпечення для інтерактивної торгівлі, в тому числі комп'ютерних програм адміністрування продажів для фермерів, мобільних версій сайтів провідних агроторгових інтернет-порталів, компаній, ринків сільськогосподарської продукції тощо;

- формування інтерактивних платформ за зразком Dynamic Pricing Platform (DPP), яка використовується для продажу зерна споживачам. Виробники вводять інформацію про потрібну їм ціну, строк доставки продукції та кількість продукції, яку буде доставлено, якщо покупець влаштує ціна пропозиції. DPP стежить за ринками і якщо запитувана ціна буде досягнута, система автоматично виконує продаж зерна. Виробники можуть використовувати сайт, щоб перевірити місцеві ціни на зерно і котирування ф'ючерсів, розмістити пропозиції фірми про продаж зерна зі сховища, здійснити угоду в електронному вигляді тощо [5].

- пропагування технологій інтернет-торгівлі на рівні державних структур (департаментів агропромислового розвитку, економіки і торгівлі тощо), організація курсів е-комерції для фермерів, допомога у створенні веб-сайтів, належний інформаційний супровід та рекламування діяльності виробників, формування електронних комерційних каталогів виробників-продавців;

- використання для «розкрутки» інтернет-магазинів інструментів SMM (Social media marketing) – просування сайту в соціальних сервісах шляхом та SEO (Search engine optimization) – це комплекс заходів для підвищення позицій сайту в результатах видачі пошукових систем.

- розширення асортименту збуту продукції через інтернет, зокрема створення сайтів інтернет-ринків органічної продукції, попит на яку швидко зростає.

Отже, необхідними умовами розширення масштабів інтернет-торгівлі аграрною продукцією є не лише достатня технологічна база та зацікавлення користувачів, а й активна організаційна та фінансова підтримка цього процесу державою.

Список використаних джерел

1. Що купують в аграріїв онлайн - дослідження Allbiz. [Електронний ресурс] URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/so-kupuut-v-agrariiv-onlajn-doslidzenna-allbiz> (дата звернення 23.03.2019 р.)
2. Швиденко О.М. Впровадження Інтернет-маркетингу у сільськогосподарських підприємствах. *Економіка АПК*. 2014. №1. С. 129–135.
3. Писаренко В.В. Реалізація органічної сільськогосподарської продукції через мережу Інтернет [Електронний ресурс]. *Ефективна економіка*. №3. 2015. URL: <https://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3859>
4. Особливості застосування інтернет-маркетингу в сільському господарстві США
5. Online grain marketing offered to Central Iowa [Електронний ресурс англ. мовою]. URL: https://www.agriculture.com/news/technology/Online-grain-marketing-offered-to-Central-Iowa-farmers_6-ar462

*Кулик В.А., доктор економічних наук,
доцент*

*Завідувач кафедри бухгалтерського обліку
і аудиту ВНЗУ «Полтавський
університет економіки і торгівлі», м.
Полтава, Україна*

*Тягнирядно Л.Л., кандидат економічних
наук*

*Заступник директора з навчально-
виробничої роботи ДНЗ «Полтавське
вище міжрегіональне професійне
училище», м. Полтава, Україна*

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

Зважаючи на трансформаційні перетворення, що відбуваються в економіці України, беззаперечною є необхідність переходу на Міжнародні стандарти фінансової звітності у найближчому майбутньому підприємств усіх організаційно-правових форм.

Прихильники введення Міжнародних стандартів фінансової звітності часто пов'язують цей процес із покращенням інвестиційного клімату в Україні, розширенням діяльності міжнародних корпорацій та виходом вітчизняних компаній на міжнародні ринки. Проте, введення міжнародних стандартів не може бути єдиним способом покращення економічної ситуації в Україні, оскільки вирішальними факторами у випадку є інші: боротьба із корупцією та виважена економічна політика. Причинами, які уповільнюють поширення міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні є: політика

націоналізму та протекціонізму, що проводиться урядом, а також слабкий розвиток системи професійних бухгалтерських організацій.

Для розуміння проблем, які можуть виникнути у вітчизняної бухгалтерської спільноти після введення Міжнародних стандартів фінансової звітності, пропонуємо дослідити досвід зарубіжних країн, що наразі зіткнулись із проблемою переходу на міжнародні стандарти (Угорщина, Румунія). Ці країни є членами Європейського Союзу, що передбачає певну уніфікацію систем бухгалтерського обліку, проте кожна країна-член Європейського Союзу зберігає свої національні особливості (18 країн-членів Європейського Союзу використовують національні стандарти бухгалтерського обліку).

У фокусі уваги вчених-обліковців Угорщини та Румунії знаходяться такі проблеми: 1) неузгодженість фінансового обліку та податкових розрахунків, а також відмінності між національними та міжнародними стандартами обліку; 2) складність використання бухгалтерського судження; 3) доцільність використання Міжнародних стандартів фінансової звітності для підприємств малого та середнього бізнесу.

Шлях Угорщини до гармонізації національних стандартів бухгалтерського обліку із міжнародними схожий із вітчизняними реаліями. Угорщина належить до країн із континентальною моделлю регулювання бухгалтерського обліку та має соціалістичне минуле. При розробці угорських національних стандартів у 90-х рр. XX ст. пріоритетними користувачами облікової інформації були фіскальні органи, роль бухгалтерського обліку як інформаційної бази для прийняття рішень та виконання ним соціальної функції применшувалася. В Угорщині дотепер існують відмінності між фінансовим і податковим обліком, а в суспільстві – пріоритетна контрольна роль держави. Покращення ситуації із реформування бухгалтерського обліку та наближення його до вимог міжнародних стандартів можливе у разі зростання рівня незалежності професійних організацій, а також розширення меж використання професійного судження у бухгалтерській практиці.

Виважене ставлення до професійних організацій панує і серед учених-обліковців Румунії. Практика використання професійного судження, що передбачається Міжнародними стандартами фінансової звітності у багатьох випадках, є досить складною для румунських бухгалтерів, оскільки для них більш звичним є дотримання чітко встановлених правил і процедур. Для Румунії актуальними є проблеми розробки етичних і моральних норм бухгалтерів, а також контроль за їх дотриманням; значна увага у даному контексті приділяється необхідності створення та функціонування професійних бухгалтерських організацій. Прийнятним, на думку вчених, є втручання держави у процес еволюції бухгалтерського обліку шляхом організації програм професійної підготовки для бухгалтерів.

Розглядаючи питання, що стосуються правил ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, а також їхньої стандартизації, варто

зазначити, що впровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності у господарську діяльність вітчизняних підприємств є невідворотним. Представлені проблеми, що виникають при переході на Міжнародні стандарти фінансової звітності, на нашу думку, мають тимчасовий характер. Вони пов'язані, більшою мірою, із необхідністю використання нових підходів до ведення обліку та складання звітності у порівнянні із традиційними методами, які використовувалися у Румунії та Угорщині. Проте, застосування міжнародних стандартів фінансової звітності не може повністю уберегти користувачів інформації від її недобросовісного представлення, тому питання професійної етики бухгалтерів наразі залишаються актуальними.

*Кушніта Т. В.
студент*

*Донецький національний університет імені Василя Стуса
м. Вінниця, Україна*

Дутова Н. В.

*к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
науковий керівник*

*Донецький національний університет імені Василя Стуса
м. Вінниця, Україна*

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Здійснення діяльності на сільськогосподарських підприємствах неможливе без основних засобів. Україна має великий природно-ресурсний потенціал, який, на жаль, за роки незалежності не вдалося належним чином і в повному обсязі реалізувати. Національна система бухгалтерського обліку в Україні пережила процес докорінних змін, проте залишився ряд проблем, які заважають ефективно функціонувати інструменту бухгалтерського обліку. Процес глобалізації, також, спонукає до вдосконалення обліку основних засобів та трансформації його у відповідності до міжнародних стандартів.

Питанням обліку основних засобів присвятили свої праці такі вчені, як Ф. Ф. Бутинець, В. В. Бабіч, О. О. Баранік, М. І. Бондар, О. П. Вашків, М. С. Федорець, Г. М. Шумська, Л. В. Яловега, Т. Г. Маренич та ін. Проте економічні процеси, які перебувають у постійному русі та все частіше мають глобальний характер, та сучасний стан бухгалтерського обліку на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах спонукають до доопрацювання даного питання.

Накопичення та аналіз інформації діючої практики обліку основних засобів на сільськогосподарських підприємствах виокремив проблему відсутності галузевих нормативних правових актів. Теорія структури та рівнів бухгалтерської системи, яка має на меті посилення наукового забезпечення

управління на рівні підприємства, держави, світу та підтримується багатьма науковцями, характеризує систему бухгалтерського обліку як сукупність підсистем міжнародного (глобального), національного та корпоративного рівня, які взаємодіють між собою.

В Україні поняття основних засобів визначено нормативно-правовою базою держави. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» є провідним нормативно-правовим актом, що визначає методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про основні засоби [1].

Але галузь має свої відмінності пов'язані з особливостями приватизації, використанням землі як основного засобу виробництва, специфічного формування результатів праці, що є наслідком поєднання природних (грунтово-кліматичних, біологічних) і економічних процесів, які потребують додаткового врахування при трансформації бухгалтерського обліку [2]. На даний момент специфіка галузі не враховується достатньо в нормативних актах, які регулюють облік і звітність. Загальна облікова система, яка зазвичай представлена трьома підсистемами має враховувати також і галузевий рівень.

Також проблема відсутності інформаційно-методичного забезпечення оцінки й переоцінки довгострокових біологічних активів за справедливою вартістю унеможливорює організацію цього процесу в системі бухгалтерського обліку (на практиці оцінка здійснюється лише бухгалтерською службою за цінами, наближеними до собівартості минулого звітного періоду) [3].

Проблему нечіткості положень щодо амортизаційної політики у відношенні до довгострокових біологічних активів, можливо вирішити, визначившись із об'єктами обліку біологічних активів та підготувавши пропозиції щодо зміни і доповнень до робочого плану рахунків [3].

Наявна проблема відсутності певних форм первинних документів які б підтверджували факти здійснення господарських операцій з довгостроковими біологічними активами, а саме, призначених фіксувати оцінку біологічних активів за справедливою вартістю.

Отже, виникає необхідність розробки та запровадження специфічних галузевих стандартів на основі загальних з метою поглиблення інформації для управління та інвесторів, оптимізованих форм первинних документів з урахуванням галузевої специфіки, а саме, форм первинних документів які фіксують надходження довгострокових біологічних активів при отриманні як внесок до статутного капіталу підприємства та при безоплатному отриманні.

Також відсутність чіткої методики визначення справедливої вартості об'єктів унеможливорює здійснення ефективного контролю, а бухгалтерські правила визначення справедливої вартості надзвичайно складні, тому здійснення попереднього аналізу щодо можливості оцінки об'єктів обліку довгострокових біологічних активів за справедливою вартістю та використання оцінки довгострокових біологічних активів за справедливою вартістю при стабільному рівні цін є доцільним.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. №92 Дата оновлення: 05.01.2018. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення: 30.10.2018).
2. Жук В. М., Бездушна Ю. С., Мельничук Б. В. та ін. Галузеві стандарти обліку та фінансової звітності: колективна монографія / за ред. В. М. Жука. Київ: Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», 2015. 368 с. URL: http://magazine.faaf.org.ua/images/stories/juk/galuz_standarty_monogr2015/Galuz_standart_A5_fin.pdf
3. Науково-методичні основи розвитку обліково-аналітичної системи України в умовах глобалізації економіки: колективна монографія / за заг. ред. Т. Г. Маренич. Харків: Вид-во «Смугаста типографія», 2017. 254 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/390/%D0%9A%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BB_%D0%9F%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_2017_%28%D1%81.111-129%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

*Ласло О.А., к.с.-х.н., доцент,
доцент кафедри земледелія и
агрохімії*

*Бараболя О.В., к.с.-х.н., доцент,
доцент кафедри
растениеводства*

ПДАА, м. Полтава

ЗНАЧЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ АГРОЭКОЛОГИЧЕСКИХ РАЙОНОВ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ РЕГИОНОВ

Растущая интенсивность эксплуатации природных ресурсов, кризисное состояние экономики в переходный период увеличивают риск возникновения техногенных катастроф, не позволяют как государству, так и отдельным природопользователям финансировать в полном объеме необходимые мероприятия по снижению уровня влияния на окружающую среду, требуют разработки оптимальной эколого-экономической стратегии дальнейшего развития аграрного сектора экономики, расширить возможности управления им и уровнем экологической безопасности. В последние годы становится очевидным тот факт, что земная биосфера и экосистемы различных уровней имеют ограниченные возможности по обеспечению своего нормального функционирования и воспроизводства в условиях чрезмерного воздействия человеческой деятельности.

В связи с этим становится актуальным вопрос о необходимости обеспечения продовольственной безопасности регионов путем развития универсальных агроэкологических районов, что позволит обеспечить устойчивое развитие не только аграрного сектора, но и всей экономики страны. Так, сегодня на базе Котелевского района Полтавской области планируется создать единственный в Украине универсальный агроэкологический район. Соблюдение экологических идей в сельском хозяйстве, имеющиеся природные ресурсы и экономические возможности этого района позволяют трансформировать его в универсальный агроэкологический район, в составе которого могут быть:

- уникальные сельскохозяйственные предприятия как с общепринятыми видами деятельности, так и новыми, основанными на экологически чистых ресурсах - основа безопасного и полноценного, с биологической и экологической точек зрения, производства;

- развитая сеть туристско-экологических территорий с соответствующими объектами и маршрутами, которые позволяют превратить район в уникальный историко-этнографический ареал, который не имеет аналогов в других регионах Украины;

- организация с учетом экологических принципов поселений и ландшафтов с применением современных типов экодомов и адекватным благоустройством приусадебных участков;

- повышение экологической устойчивости территорий различного функционального назначения.

Нами уже было проанализировано состояние, источники и направления финансирования эко-социо-экономического развития универсальных агроэкологических районов, что позволяет развиваться сельским территориям на принципах устойчивого развития [1].

Необходимо также отметить, что сегодня вопрос продовольственной безопасности должен основываться не только на количественном уровне обеспечения населения необходимыми продуктами питания, но и на качественном — они должны быть экологически безопасными. Единой технологией, которая позволяет получить эти продукты, является природное земледелие, которое объединяет все виды альтернативного ведения сельского хозяйства:

- органическое;
- экологическое;
- биодинамическое;
- агрономические технологии с использованием аэрокосмического зондирования и энергоинформационных факторов;
- агрономические технологии с использованием микробиопрепаратов и биологической защиты растений;
- агрономические технологии с использованием вермикомпоста, сидеральных культур, гуминовых препаратов;

– другие технологии, которые не используют синтетических минеральных удобрений, пестицидов, ГМО.

По нашему мнению, производство в универсальных агроэкологических районах должно основывается на сочетании получения высокого урожая сельскохозяйственных культур и высокого выхода животноводческой продукции с сохранением плодородия почв, продуктивностью сенокосов и пастбищ, справедливым отношением к сельскохозяйственным животным. В правильно организованном хозяйстве производят экологически безопасные продукты, не загрязняют атмосферу и воду, внедряют инновационные ресурсосберегающие технологии и т.п.

Учитывая вышесказанное, можно выделить принципы развития универсальных агроэкологических районов, которые способствуют их устойчивому развитию в составе аграрного сектора экономики [2]:

1) целеустремленность - формирование научно обоснованного целевого блока для определения качественных, количественных и относительных показателей, характеризующих результативность становления и развития;

2) системность - организация управления составляющими подсистемы как единой системы, каждая из которых выполняет определенную законодательно закреплённую функцию;

3) непрерывность и своевременность - непрерывность деятельности на экологически безопасных и ресурсосберегающих принципах, учитывая инновационные тенденции с налаженной системой контроля и оценки;

4) перспективность - принятие стратегических долгосрочных решений;

5) индивидуальность - учет региональных особенностей;

6) комплексность - учет всех элементов системы управления во взаимосвязи и взаимозависимости, как целостной системы;

7) иерархичность - регламентация и координация управления через механизм гибкого разграничения полномочий;

8) адекватность - соответствие системы управления объекту и другим системам в контексте иерархии власти;

9) сбалансирования - соблюдение принципов устойчивого развития всех отраслей и сфер деятельности;

10) планирования - соответствие общегосударственным и региональным программам экологически безопасного и устойчивого развития;

11) субсидиарности - взаимоответственность субъектов управления за экологически безопасное и устойчивое развитие;

12) возмещения убытков - загрязнение окружающей среды оплачивает виновный;

13) экономическое стимулирование экологически безопасного развития - компенсация расходов на осуществление экологических мероприятий, осуществленных в соответствии с региональными и общегосударственными программами;

14) ответственность производителя - распределение ответственности за воздействие на окружающую среду, которое обусловлено результатом деятельности субъектов хозяйствования;

15) инновационно-инвестиционного развития - необходимость использования инновационно-инвестиционного потенциала ресурсов с учетом принципов устойчивого развития аграрного сектора экономики;

16) сбалансирования интересов всех участников процесса в соответствии с требованиями устойчивого развития сельских территорий;

17) синергетичность - достижение максимального безопасного уровня развития благодаря взаимодействию всех структурных элементов системы, которые развиваются в соответствии с требованиями устойчивого развития.

Таким образом, сегодня продовольственное обеспечение регионов должно базироваться на концепции устойчивого развития аграрного сектора экономики и оцениваться соответствующими индикаторами в контексте влияния на экологию, социум и экономику.

Список использованных литературных источников

1. Писаренко В.В. Источники финансирования эко-социо-экономического развития универсальных агроэкологических районов в Украине / В.В. Писаренко, Т.А. Чайка // ОБЛІК, ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ: наукові нотатки / Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1 (5). Частина 2 / відпов. ред. І.Б. Садовська. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. – С. 336-344.
2. Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению : монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора О. В. Прокопенко. – Польша : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2014. – 474 с.

Лега О. В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку,*

Криворучко Т. С., Шкурупій А. А.

*здобувачі вищої освіти СВО – магістр
спеціальності «Облік і оподаткування»*

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ ДОГОВІР: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ

Відкриття нових ринків для українських товаровиробників супроводжується експортно-імпортними операціями, які є невід'ємною частиною здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Основними видами сільськогосподарської продукції, яка відправляється на експорт є живі тварини; продукти тваринного походження, продукти рослинного походження

(зернові, технічні), продукція харчової промисловості, жири та олії тваринного або рослинного походження, готові харчові продукти. Глобальні тренди світового продовольчого ринку, спричинені демографічними та економічними змінами, можуть забезпечити Україні значно вищий рівень експортної спроможності, особливо щодо органічного сегмента й тваринницької продукції [1].

Важливою складовою відносин у сфері зовнішньоекономічної діяльності є укладання договору (контракту) між резидентом та нерезидентом.

Зовнішньоекономічний договір (контракт) – матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності [2].

Зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності або його представником у простій письмовій формі, якщо інше не передбачено міжнародним договором України чи законом.

Виникають питання щодо складання типових договорів, адже вони прості та зручні для використання. Для компаній, що створюють і займаються бізнесом в агросекторі України, безумовно, найактуальнішими є ГАФТА і ФОСФА, з огляду на великі обсяги виробництва зернових та олійних культур в Україні. Одним із найважливіших напрямків діяльності ГАФТА і ФОСФА є розробка стандартних договорів, які покликані враховувати специфіку конкретного виду агропродукції та умов поставки залежно від регіону світу. Наприклад, Міжнародна торгівля зерном, кормами для тварин, рисом і насінням, олійними культурами в основному керується 80 стандартними договорами Асоціації торгівлі зерном і кормами (GAFTA).

Основним водорозділом між видами контрактів є базиси поставки – CIF, FOB, FCA та ін., а також різновид сільськогосподарської культури. ГАФТА і ФОСФА розробляють договори з урахуванням різних способів транспортування агропродукції. Навіть регіон або країна походження враховується: наприклад, ГАФТА розробила стандартні договори для постачання зерна із Центральної та Східної Європи, продукції з Бразилії, зерна з Канади та США тощо. Зазначимо, що розроблені стандартні договори завжди актуальні, адже вони відображають реальну торговельну практику з миттєвим урахуванням змін [3].

Якщо українські контрагенти не використовують типові договори, то необхідно врахувати особливості зовнішньоекономічних контрактів (табл. 1).

Таблиця 1

Основні елементи зовнішньоекономічних договорів (контрактів)*

Складові	Основні елементи
Назва, номер договору, дата та місце його укладення	Реквізити, які ідентифікують ЗЕД-договір (купівлі-продажу, поставки, ліцензійний, оренди, іпотечний, дочірнього управління, позики і тд)
Преамбула	Офіційно зареєстровані найменування сторін

Складові	Основні елементи
	Визначення сторін: постачальник-покупець, кредитор-боржник, замовник-виконавець тощо Особа, яка уповноважена представляти сторону та підписувати контракт, посилення на документ, який підтверджує повноваження представника укласти цей договір
Предмет договору	Суть правовідносин Основні зобов'язання Конкретизація та деталізація того, що саме поставляється (виконується, надається) Опис всіх характеристик товарів (робіт, послуг) сторони погоджують специфікацією – додатком до договору, що є невід'ємною його частиною.
Кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг)	Кількість товару Якість товару, яка повинна відповідати стандартам, іншій технічній документації. Крім того якість товару повинна бути засвідчена належним товаросупровідним документом (сертифікати якості, документи про сертифікацію тощо).
Базисні умови поставки товарів (приймання-здавання виконаних робіт та послуг)	Умови поставки товару згідно з «Інкотермс» Обов'язки сторін щодо поставки Момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої Конкретний строк поставки товарів, або окремих парій товарів Строки виконання робіт/послуг
Ціна та загальна вартість товарів	Погоджена вартість кожної одиниці товару, загальну вартість товару, валюту контракту.
Умови платежів	Спосіб, порядок, строки фінансових розрахунків, гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань При цьому необхідно врахувати строки зарахування валютної виручки, порядок і тривалість закупівлі українськими банками іноземної валюти та перерахунку її за кордон, терміни на розгляд банківськими відділами фінансового моніторингу операцій за договорами, необхідність та строки реєстрації певних видів договорів у НБУ
Умови приймання-здавання товару	Строки та місце фактичної передачі товар, перелік товаросупровідних документів
Упаковка та маркування	Тип упаковки, необхідність нанесення належного маркування, де зазначають найменування продавця та покупця, номер договору (контракту), місце призначення, габарити, спеціальні умови складування й транспортування тощо
Форс-мажорні обставини	Вказують випадки, за яких умови договору можуть бути невиконані через ту чи іншу поважну причину: стихія, воєнні дії, ембарго, кібератаки та інші обставини непереборної сили, до яких можна віднести дії чи події згідно Закону України «Про торгово-промислові палати»
Санкції та рекламації	Відповідальність сторін у разі невиконання ними своїх зобов'язань та порядок її накладення Порядок подання рекламацій (строки, протягом яких рекламації можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін при цьому, способи врегулювання рекламацій) Чітко визначені штрафи у відсотках до вартості недоставленого товару (робіт, послуг), строки застосування штрафів, порядок стягнення збитків

Складові	Основні елементи
Урегулювання спорів у судовому порядку	Сторони визначають умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання та (або) неналежного виконання договору.
Місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін	Поштові та платіжні реквізити

*узагальнено авторами на підставі [4]

Отже, основними з таких особливостей є:

- сторонами виступають як вітчизняний суб'єкт господарювання, так й іноземний, тобто той, який має постійне місцезнаходження (місце проживання) за межами України. Тому, крім вітчизняних нормативно-правових актів, необхідно брати до уваги міжнародні конвенції, а також законодавство країни, якій сторони підпорядкували свої відносини;

- мовами договору має бути українська та мова контрагента. Ст. 254 Митного кодексу України говорить, що документи, необхідні для митного контролю і митного оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України, належить подавати українською мовою, офіційною мовою митних союзів, членом якого є Україна, або іншою іноземною мовою міжнародного спілкування (англійська) [5];

- форма контракту виключно письмова;

- умови поставки товару визначаються відповідно до правил Інкотермс (для українських контрагентів доцільно використовувати правила Інкотермс-2000 або Інкотермс-2010). Місце поставки повинно бути вказано правильно (наприклад ФСА Полтава, Україна, вул. Зіньківська 16, склад № 3, Інкотермс-2010), оскільки саме тут ризики щодо фізичної втрати та пошкодження товару переходять від продавця до покупця;

- ЗЕД-договори обов'язково повинні містити пункт відповідальності, де вказують санкції щодо непоставки товару, поставки товару із затримкою, або неналежної якості. На практиці найбільш вживаним є відшкодування збитків у розмірі 10 % від договірної ціни (згідно з світовою практикою торгівлі та прописано як рекомендація, зокрема в Типовому (модельному) контракті міжнародної купівлі-продажу товару (публікація МТП № 738);

- у пункті «Форс-мажор» зазначають саме вважають форс-мажором, які дії необхідно здійснювати стороні, якщо вона посилається на обставину непереборної сили (строк та порядок оповіщення іншої сторони), скільки часу діє форс-мажор і яка установа має право засвідчувати форс-мажор за домовленістю сторін (в Україні такою установою є Торгово-промислова палата, яка видає відповідний сертифікат протягом семи днів з дати звернення суб'єкта);

- якщо для вирішення суперечок між контрагентами обрано арбітражний суд, сторони договору повинні зробити арбітражне застереження, у якому зазначають арбітражний суд, матеріальне право, кількість арбітрів, мову та

місце проведення арбітражного розгляду [6].

- додаткові умови, які можуть бути обговорено сторонами та вказано в договорі - страхування, гарантії якості, умови залучення субвиконавців договору, агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок, порядок сплати податків, митних зборів, різного роду захисні застереження, із якого моменту договір починає діяти, кількість підписаних примірників договору, можливість і порядок внесення змін до договору тощо.

Список використаних джерел

1. Українські компанії готові розширити присутність на світовому продовольчому ринку. Вісник. Офіційно про податки. 2017. № 3- 4. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005808-ukrayinski-kompaniyi-gotovi-rozshiriti-prisutnist-na-svitovomu-prodovolchomu-rinku>. (дата звернення 24.02.2019).
2. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959-XII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>. (дата звернення 24.02.2019).
3. Касинюк І., Гулеватий Ю. Міжнародна торгівля сировинними товарами. ГАФТА і ФОСФА: чим вони корисні агробізнесу? / ЛігаЗакон. URL: http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA009199. (дата звернення 24.02.2019).
4. Яткевич О. Укладаємо ЗЕД-договір: практичні поради. *Все про бухгалтерський облік*. 2017. №91. С. 10 - 14.
5. Митний кодекс України від 13 березня 2012 р. № 4495-VI. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>. (дата звернення 24.02.2019).
6. Ларін М. ЗЕД-контракт: де золота середина у виборі його умов. *Все про бухгалтерський облік*. 2018. №53. С.6 - 8.

Лега О. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку,

Павловська Т. С.

здобувач вищої освіти СВО – бакалавр спеціальності

«Облік і оподаткування»,

Сіренко І. О.

здобувач вищої освіти СВО – магістр спеціальності

«Облік і оподаткування»,

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ПРОФЕСІЯ«БУХГАЛТЕР»: ВІД МИНУЛОГО ДО СУЧАСНОГО

Бухгалтерська професія була, є та буде надзвичайно важливою в людському суспільстві, незважаючи на рівень його розвитку, еволюції

товарно-грошових відносин.

Проте, безперечно, що вона зазнала значних змін з часів свого виникнення. Будучи однією з найдавніших професій, професія бухгалтера має великий історичний спадок, цікаву історію розвитку.

Спочатку обліком розпоряджався сам вождь племені. Коли плем'я ставало великим, вождь «делегував» частину своїх функцій уповноваженим. Бухгалтером тоді міг стати тільки той, хто вмів писати, рахувати і чаклувати. Магія була першоосновою тодішньої облікової політики. Вміння вселити людям віру в надприродні сили – це мистецтво бухгалтера-чаклуна.

Вважали, що «бухгалтер», який володіє відповідною кваліфікацією, може впливати навіть на природу. Якщо він погано виконує свої обов'язки, у результаті чого виникають землетруси, пожежі, епідемії, то це прямий наслідок його недбалства, ліні та некваліфіковано виконуваної роботи [1, с. 11-12].

Власне, слово «бухгалтер» з'явився лише в XV столітті і почало витісняти більш ранні версії. Завданням даної роботи є розглянути та систематизувати, як протягом історії йменувалися бухгалтери, та які функції вони виконували.

Визначення історичних передумов виникнення бухгалтерського обліку в та проведення ретроспективного аналізу появи професії «бухгалтер» представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Етапи становлення професії «бухгалтер»*

Період	Назва	Професійна діяльність
4 тисячоліття до н.е. – 4ст. н.е. Стародавній Єгипет, Межиріччя	Писарь	Здійснювали стягнення податей та зборів, працювали в приватних господарствах великих землевласників економами або управителями, вели в них локальний облік і подавали звіт про всі доходи і видатки маєтку. Супроводжували фараонів стародавнього Єгипту у військових походах і вели облік як військової здобичі, так і врожаю із завойованої площі полів.
3тисячоліття до н.е. – 2 ст. н.е. Стародавня Греція	Банкіри, торговці, управляючі господарством, а також державні службовці: полети, аподекти, логісти та ревізори-евфіни	У Греції професія бухгалтера втратила престижність. Проте більшість державних діячів розуміли важливість обліку. Цікаво, що багато хто з відомих банкірів в минулому були рабами. Контроль здійснювався чиновниками: полети відповідали за оренду та відкуп; аподекти перевіряли погашення державних позик і внесків, логісти перевіряли звітність посадових осіб.
8 ст. до н.е. – 5 ст. н.е. Стародавній Рим	Управляючі, аргентарії, чиновники-цензори	Облік вівся на різних рівнях. В приватному секторі за помістя знатного римлянина відповідав управляючий. Римські банкіри називалися аргентаріями. На державному рівні облікові операції здійснювалися чиновниками. Незважаючи на те, що офіційні посади могли займати лише чоловіки, римлянки вже могли займатися управлінням помістя. Чиновники-цензори

Період	Назва	Професійна діяльність
		виконували роботу з визначення майнового стану громадян.
5–17 століття Європейське Середньовіччя	Писарь, бухгалтер	Зазвичай бухгалтерію вели власники господарств (землевласники, торговці). Проте почали з'являтися артілі мандруючих бухгалтерів та писарів, які готові були надавати професійні послуги у сфері обліку.
13-14 століття Імперія інків	Кіпукамайок	Займався статистичним обліком усіх сфер життя імперії та її мешканців. Кіпукамайоки фіксували буквально все до останнього плононосного дерева. Крім різного роду підрахунків, вони також реєстрували історичні факти й релігійні обряди. Система кіпукамайоків була доволі централізована. Працівники нижчої ланки збирали базову статистику по своїх районах і передавали вищестоящим. Для того щоб запобігти зловживанням кіпукамайоків, існувала служба особливих інспекторів, чиновникам, які зводили все воедино.
16-18 ст. Запорізька Січ	Скарбник (підскарбій)	Скарбник зі своїми підлеглими вели облік усього майна, доходів і видатків, касових операцій і матеріальних цінностей. Скарбник був досить близьким до гетьмана і належав до військових служителів. Він визначав, яка кількість фінансів має бути витрачена на озброєння, харчі, одяг тощо.
17 століття – наші дні	Бухгалтер	Проводить касові операції, розраховує заробітну плату співробітників, податкові відрахування, собівартість продукції та оклади та багато іншого.

* Узагальнено на підставі [2], [3]

На сьогодні функціонування та розвиток суб'єктів господарювання не можливе без бухгалтера.

Цього вимагає законодавство, цього вимагають і інтереси справи: нерідко запущена бухгалтерська та податкова звітність стає причиною штрафних санкцій. З іншого боку, в рамках бухгалтерського обліку формується інформація про діяльність організації, і грамотне ведення бухобліку допомагає передбачити багато проблем фінансового та управлінського характеру, які виникають в процесі роботи підприємства.

Крім того, згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» встановлено, що для забезпечення ведення бухгалтерського обліку підприємство самостійно з дотриманням вимог цього Закону обирає форми його організації:

- введення до штату підприємства посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером;
- користування послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, який здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи;
- ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку

централізованою бухгалтерією або підприємством, суб'єктом підприємницької діяльності, самозайнятою особою, що провадять діяльність у сфері бухгалтерського обліку та/або аудиторської діяльності.

- самостійне ведення бухгалтерського обліку та складання звітності безпосередньо власником або керівником підприємства. Ця форма організації бухгалтерського обліку не може застосовуватися на підприємствах, звітність яких повинна оприлюднюватися, та в бюджетних установах [4].

Для малих, середніх, великих, державних, комерційних підприємств важливо мати в штаті не просто бухгалтера, а висококваліфікованого спеціаліста, який характеризується відмінними якостями, вміннями, сумлінним відношенням до своїх обов'язків та вміло застосовувати свої знання [5]. Вимоги сучасного ринку праці щодо бухгалтерів представлено на рис. 1.

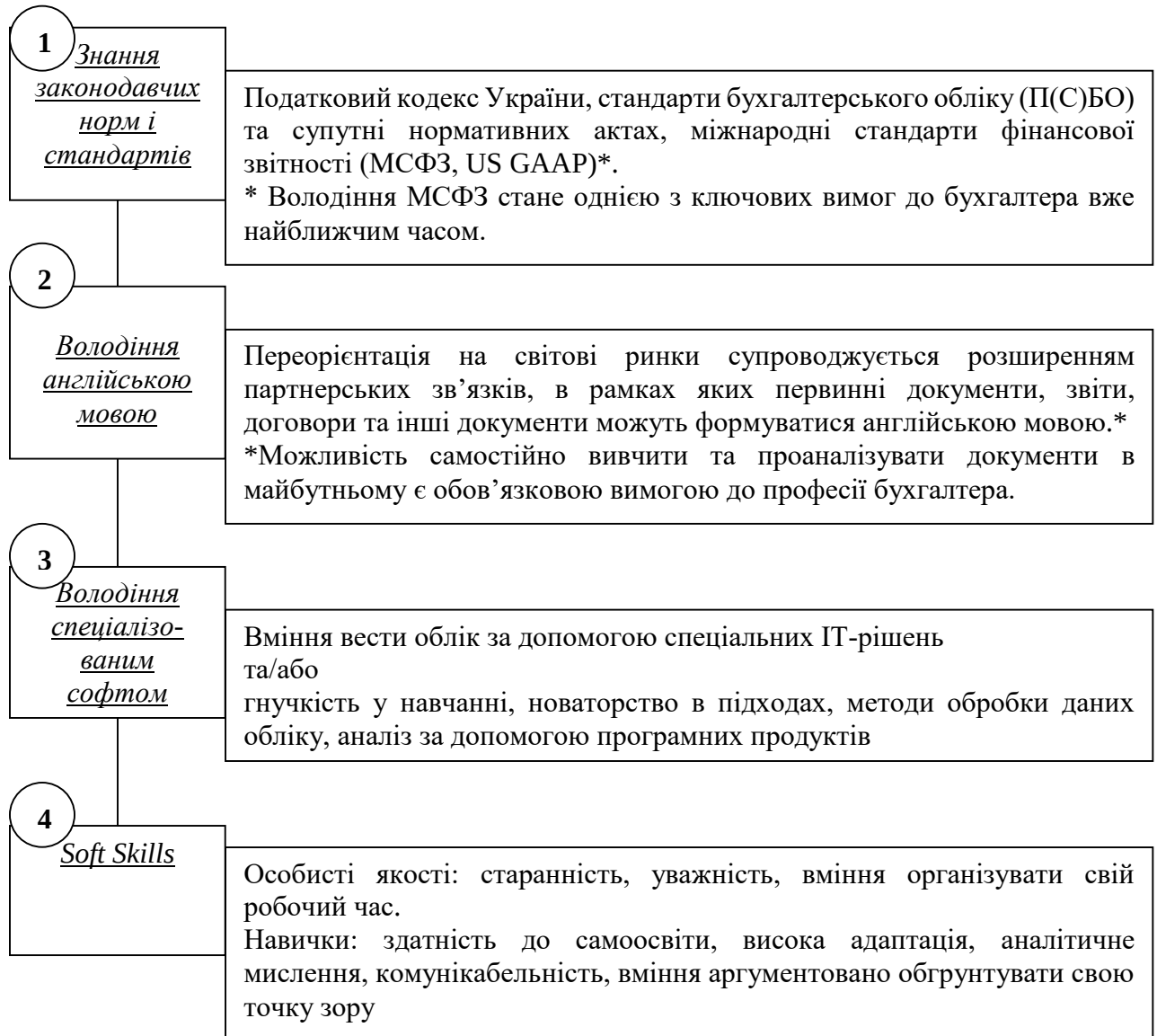


Рис. 1. Вимоги сучасного ринку праці щодо професії «бухгалтер»*

* Узагальнено на підставі [6]

Отже, бухгалтер у сучасних умовах господарювання повинен бути конкурентоспроможним на ринку праці, а для цього мати відповідні знання діючих законодавчих норм та стандартів, високий творчий потенціал, здатним до самоосвіти, бути новатором у вирішенні різноманітних проблем економічного розвитку, володіти сучасними технологіями.

Список використаних джерел:

1. Пальчук О. В., Нечай Н. М. Професія «бухгалтер»: історія та сучасність. *Економічні науки*. 2011. №20. С. 104 - 108 . URL:<http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/598/1/16.pdf>. (дата звернення 20.12.2018)
2. Купрієнко С. А., Ракуц Н. В. Система державного накопичення та розподілу продукції в імперії інків. *Ойкумена. Регіоналістичні дослідження*. 2013. №2. С. 87 - 94. URL:https://www.indiansworld.org/Articles/sistema-gosudarstvennogo-nakopleniya-i-raspredeleniya-produkcii-v-imperii-inkov.html#.W_L3rvGdNTs. (дата звернення 20.12.2018).
3. Пушкар М.С., Гавришко Н.В., Романів Р.В. Історія обліку та контролю господарської діяльності : навч. посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2003, 223 с.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. (дата звернення 26.02.2019).
5. Як стають бухгалтерами. URL:<https://www.education.ua/ua/articles/400/>(дата звернення 26.02.2019).
6. Галелюка М. Нова бухгалтерія - якою вона буде? URL:<https://nachasi.com/2018/07/16/nova-buhgalteriya>. (дата звернення 26.02.2019).

Лиса О.В.

*к.т.н., доцент кафедри автоматизації та комп'ютерно-інтегрованих технологій,
Львівський національний аграрний університет,
м. Дубляни, Україна*

Мідик І.-М.В.

*аспірант кафедри інформаційно-вимірювальних технологій,
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна*

КЛАСИФІКАЦІЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ДЛЯ КВАЛІМЕТРИЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ОВОЧІВНИЦТВА

Вступ. Овочі є джерелом поживних речовин, зокрема, вуглеводів, клітковини, білків, органічних кислот, а також вітамінів, корисних мінералів. Завдяки цим речовинам та їх сполукам овочі мають антиоксидантні, антибактеріальні, протигрибкові, антивірусні та протиракові властивості. Проте водночас овочі можуть містити токсини, нітрати та інші шкідливі елементи, які, залежно від їх концентрації, небезпечні для здоров'я людини,

погіршують смакові якості та харчову цінність овочів. Отож, необхідно комплексно оцінити якість продукції овочівництва, врахувавши її безпечність, корисність, спосіб використання.

Виклад основного матеріалу. Вимоги до контролю якості та безпечності овочів та продуктів їх переробки (код за ІС8 67.080.20) в Україні викладено у ДСТУ, ДСТУ ГОСТ, ДСТУ ISO, ДСТУ EN, ДСТУ ЕЭК ООН FFV [4, 5]. Європейські стандарти представлені стандартами країн Європейського Союзу (EN), стандартами Європейської економічної комісії, що стосуються збуту і контролю товарної якості свіжих овочів та фруктів, які поступають у міжнародну торгівлю між країнами - членами ЕЭК ООН, Європейськими маркетинговими стандартами.

Європейські стандарти, на відміну від українських, стосуються не конкретного виду овочі, а безпеки всіх харчових продуктів категорії 67.080.20. Стандарти регламентують допустимі норми шкідливих речовин у харчових продуктах та різні методи їх визначення. 21 Державний стандарт України повністю згармонізований із стандартами Європейської економічної комісії, що стосуються збуту і контролю товарної якості свіжих овочів та фруктів, які поступають у міжнародну торгівлю між країнами - членами ЕЭК ООН і які ними імпортуються. Щодо гармонізації українських стандартів з Європейськими маркетинговими стандартами, то спостерігається низький ступінь відповідності. Зокрема, допустимі дози забруднень важкими металами у європейських стандартах є значно нижчі, ніж в українських. А забруднення овочів ртуттю, міддю, цинком та миш'яком згідно європейських стандартів взагалі не допускається, тоді як згідно українських – допускається. Спостерігаються відмінності по упаковці, відмінності щодо поділу на класи. Європейський стандарт стосується тільки овочів для їх споживання у свіжому вигляді, український - для споживання у свіжому вигляді й для промислової переробки.

У виробників продукції овочівництва поширена біологічна класифікація овочів, щодо якої овочі класифікують за такими критеріями: за частинами рослин, що споживаються, за життєвим циклом, за походженням, за пігментами (за забарвленням) [1]. Проте така класифікація корисна для сільськогосподарського виробництва і непридатна для оцінювання якості продукції овочівництва. У ній овочі не класифікуються за корисністю (наявністю поживних речовин, вітамінів, мінеральних речовин), за призначенням, не враховано вимоги стандартів щодо якості та безпечності овочів.

Згідно з [2] овочі запропоновано сортувати за такими показниками якості: стандартні, нестандартні, брак (технічний відхід) та абсолютний брак. Стандартну продукцію окремих видів поділяють на товарні сорти та класи. Проте така класифікація корисна лише для логістики та маркетингу.

У роботі [3] автори охарактеризували низку показників якості овочевої продукції, одиниці їх вимірювання, проаналізували аспекти покращення

якості продукції, проте, на думку автора, вказано не всі показники якості овочів і не класифіковано їх.

Встановимо номенклатуру показників якості продукції овочівництва, згрупуємо їх, виділивши такі групи показників якості:

- показники корисності;
- показники безпеки;
- органолептичні показники;
- показники технологічного призначення;
- показники транспортабельності.

Показники корисності. Корисність овочів залежить від їх фракційного складу. Свіжі овочі містять 70–90 % води, вуглеводів – 1,9–16,3 %, клітковини – 0,3–3,5 %, жирів – 0–0,6 %, білків – 0,6–6,0 %, органічних кислот – 0,1–1,0 % [6]. За вмістом поживних речовин, овочі відрізняються, але, переважно, вони містять дуже мало жирів, більше білків, вуглеводи у вигляді цукрів (цукрози, фруктози, глюкози), клітковину, яка є важливим компонентом харчування. Багато сахарози в буряках (11 %), глюкози в моркві. Крім поживних речовин, овочі містять вітаміни (С, А, В₁, В₆) та мінеральні речовини, зокрема солі калію, кальцію, натрію, фосфору, заліза. Тому до групи показників корисності належать показники складу овочів, які доцільно розділити на такі підгрупи: показники вмісту поживних речовин, показники вмісту вітамінів, показники вмісту мінеральних речовин, показники антиоксидантної активності.

Показники безпеки. Показники цієї групи характеризують безпеку споживачів овочів. До показників безпеки насамперед доцільно зарахувати показники, що характеризують ступінь забруднення овочів токсинами, мікотоксинами та нітратами. Це гранично допустимі дози наявності шкідливих елементів в овочах і вимірюються вони у мг/кг. До цієї групи показників також зарахуємо відсутність опромінення для продовження зберігання, відсутність обробки з метою стимуляції свіжості. Ці показники характеризуються кількістю разів такої обробки. Крім того, необхідно оцінити, чи аналізовані овочі є генномодифікованими, тому наступним показником цієї групи є показник відсутності генномодифікованих сортів. Він набуває лише двох можливих значень: так або ні.

Показники безпеки та корисності є найважливішими для здоров'я споживача, тому, на думку авторів, саме ці показники доцільно аналізувати в експрес-методах контролю якості овочів.

Органолептичні показники. Показники цієї групи характеризують ті властивості овочів, які визначаються за допомогою органів відчуттів людини. Це такі характеристики, як забарвлення, ступінь сухості, чистоти, ступінь свіжості, ступінь ураження шкідниками і хворобами, ступінь механічних пошкоджень, розмір, індекс форми, вага на одиницю продукції, ступінь стиглості, наявність природного аромату та відсутність сторонніх запахів. Їх також можна поділити на підгрупи: показники зовнішнього вигляду, показники фізичних розмірів, показники смаку, показники запаху.

Показники технологічного призначення. До цієї групи показників якості належать показники, що характеризують можливість та доцільність певного способу використання овочів. Взагалі існують такі способи використання овочів: негайне споживання, зберігання та промислова переробка. Тому в межах цієї групи виділимо лежкість, що характеризує тривалість збереження овочів і визначається у добах, та відповідність способу використання, який пропонуємо визначати у балах.

Показники транспортабельності. До цієї групи показників належать показники якості овочів, які характеризують можливість їх транспортування. Такими показниками є тривалість перевезення, що виражається у добах, та наявність відповідної тари для транспортування, яка визначається у балах. Наявність відповідної тари дає змогу краще зберегти овочі під час транспортування.

Висновки. В результаті проведеного аналізу встановлено, що сьогодні система оцінювання якості продукції овочівництва є недосконалою. По-перше, вона не регламентує визначення комплексних показників якості, а лише окремі показники, по-друге, не охоплені всі показники якості овочів, по-третє, не для всіх показників якості регламентовано вимоги до їх нормування, по-четверте, не враховано потреби різних споживачів. Тому запропоновано сукупність показників якості овочів, які всебічно характеризують властивості овочів, їх систематизація, введення пріоритету вимог, що дає можливість враховувати потреби різних споживачів, закладає теоретичні основи для розв'язування прикладних задач кваліметрії овочів.

Список використаних джерел

1. Барабаш О. Ю. Овочівництво: підручник / О. Ю. Барабаш. – К.: Вища школа, 1994. – 374 с.
2. Сыч З. Д. Критерии качества овощной продукции: Градации качества плодов и овощей / З. Д. Сыч, Г. И. Подпрятков, И. А. Федосий // Післязбиральні технології доробки овочів для логістики і маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: global-katalog.ru/item30690.htm.
3. Сыч З. Д. Критерии качества овощной продукции / З. Д. Сыч, И. А. Федосий, Г. И. Подпрятков // Післязбиральні технології доробки овочів для логістики і маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: agromage.com/stat_id.php?id=20098.
4. Класифікація нормативного документа за ДК 004-2008/ ДП «УкрНДНЦ» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrndnc.org.ua/index.php?option=com_usshop&Itemid=69&grp=920&pgrp=925&lstdssu=928
5. Національні стандарти України 67.080.20 Овочі та продукти їх перероблення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.leonorm.com/Default.php?Page=stlist&ObjId=927&CatId=1&code=&TableNum=9>

6. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення. / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. – Центр учбової літератури, 2009.

*Лисенко Н. В.
к.т.н., завідувач відділу товарознавчих та гемологічних
досліджень
Полтавський науково-дослідний експертно-
криміналістичний центр МВС України, м. Полтава,
Україна*

ІДЕНТИФІКАЦІЯ КОМПОНЕНТІВ СИРОВИННОГО СКЛАДУ ПАНЧІХ ТМ «BAS BLEU»

Панчохи – панчішно-шкарпетковий виріб, яким укривають ногу зі ступнею й частково стегно. Сьогодні, як і в колишні часи, панчохи є важливою складовою частиною стильного образу. Жіночі панчохи ніколи не виходять з моди, тільки ще більшою мірою поліпшується їх дизайн і фактура. Жіночі панчохи покликані додавати стилю і шарму жіночому образу.

Сучасний ринок панчішно-шкарпеткових виробів є одним з найбільш розвинених і динамічних ринків товарів народного споживання. Динамічність ринку проявляється в частому оновленні асортименту, у зв'язку з цим з'являється необхідність відмінного знання якості даної групи товарів, що пропонується до продажу.

Метою дослідження є ідентифікація компонентів сировинного складу панчіх ТМ «BAS BLEU» для встановлення їх відповідності даним зазначених на маркуванні.

На першому етапі проведення дослідження було визначено структуру ткацького переплетення панчіх. За допомогою USB-мікроскопа було визначено структуру ткацького переплетення досліджуваного об'єкта (рис. 1-2). За результатами досліджень встановлено, що переплетення з різним характером лицьової і зворотної сторін. На лицьовому боці щільно розташовані вертикальні петельні стовпчики, утворені паличками петель, а на зворотному – поперечні ряди (смуги), утворені дугами петель. Лицьовий бік гладкий, блискучий, зворотний – шорсткий, матовий з поперечними смугами. Петлі однакові за формою і розміром. Отже, панчохи виготовлені переплетенням – гладь.

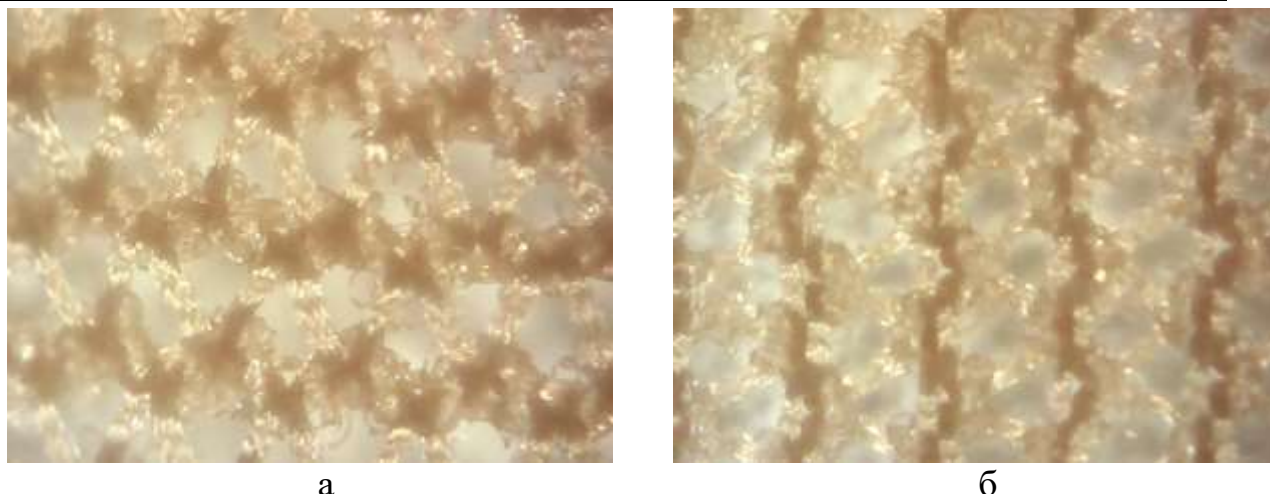


Рисунок 1 – Фотографічне зображення структури переплетення панчіх:
а) лицевої сторони панчіх; б) зворотної сторони панчіх

Дослідження відповідності вмісту складників сировинного складу панчіх ТМ «BAS BLEU», що заявлене на маркуванні, було проведене за допомогою лабораторного методу. Визначення компонентів волокнистого складу панчіх було проведено відповідно до вимог ДСТУ 4057-2001 [2].

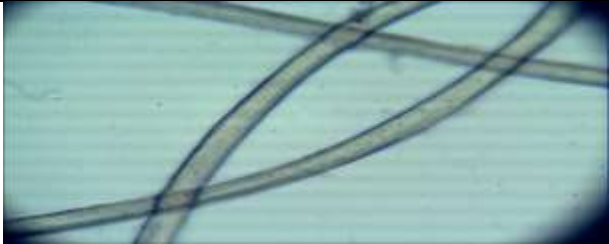
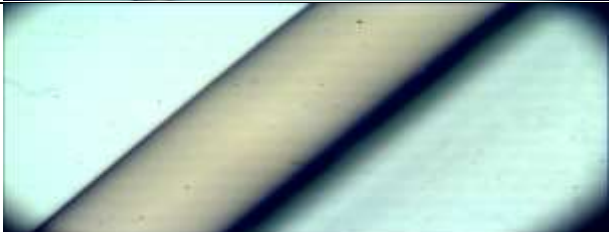
Першим етапом розпізнавання природи волокна є з'ясування характеристик горіння волокна. Суть методики полягає у визначенні виду волокна залежно від: поведінки волокна у разі піднесення його до полум'я, в полум'ї, у разі видалення його з полум'я; вигляду залишку (золи) після горіння; запаху під час горіння волокна. Результати визначення компонентів сировинного складу волокон панчіх ТМ «BAS BLEU» за характеристиками горіння подано в таблиці 1.

Наступним етапом дослідження є встановлення відповідності вмісту складників сировинного складу зразків за допомогою мікроскопічного дослідження за методикою ДСТУ 4057-2001 [2]. Суть методу полягає у визначенні природи волокна за допомогою мікроскопа, при цьому критерієм оцінки є поздовжній вигляд волокна. Результати визначення компонентів сировинного складу панчіх за мікроструктурою компонентів сировинного складу наведено в таблиці 2.

Таблиця 1 – Результати ідентифікації волокон за характеристиками горіння

Проба волокна	Горіння			Вигляд залишку після горіння	Запах під час горіння
	У разі піднесення до полум'я	В полум'ї	У разі видалення з полум'я		
Зразок 1	Плавиться, нерозплавлена частка усаджується в напрямку від полум'я	Горить повільно з плавлення, виділяється білий димок	Горить дуже повільно, самозатухає	Кругла тверда кулька янтарного кольору, яку неможливе роздавити пальцями	Сургуча
Зразок 2	Плавиться	Плавиться і горить	Перестає горіти	Гумо-подібні кульки, клейкі	Незвичайний запах

Таблиця 2 – Результати дослідження мікроструктури волокон панчіх

Проба волокна	Повздожній вигляд волокна під мікроскопом	Фотографічне зображення
Зразок 1	Поверхня гладка без повздожніх смуг	
Зразок 2	Гладка поверхня	

За характеристиками поздожнього вигляду мікроструктури волокон панчіх встановлено, що зразок 1 – поліамід, зразок 2 – еластан згідно опису ДСТУ 4057-2001 [2]. Визначений компонентний сировинний склад панчіх жіночих ТМ «BAS BLEU» відповідає зазначеному на маркуванні.

Список використаної літератури

1. Картка даних терміну панчохи // Національний банк стандартизованих науково-технічних термінів. Режим доступу: <http://uas.org.ua/ua/bank-danih/natsionalniy-bank-terminiv/znachennya-termina/?term-id=11369>.
2. ДСТУ 4057-2001 Матеріали текстильні. Метод ідентифікації волокон. Київ, 2002. 28 с.

Лисюк О.В.

к.е.н, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Балаш Л.Я.

к.е.н, доцент кафедри менеджменту ім. проф. Є. Храпливого

Львівський національний аграрний університет

м. Львів, Україна

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА ІСНУЮЧИХ АГРАРНИХ ВІДНОСИН

В оточуючому нас світі абсолютна більшість продуктів, що споживаються людиною, - це результат виробничої діяльності, яка передбачає використання певних факторів, що протягом виробничого циклу трансформуються у вихідну або готову продукцію. Усі фактори виробництва (земля, праця, капітал) повинні мати свою реальну вартість, яка щоразу залежить від умов ринку і лише тоді створюються економічні засади соціально орієнтованої ринкової економіки.

З активізацією соціально-економічних процесів, пов'язаних із трансформацією українського суспільства, суттєвих змін зазнала структура економічної системи нашої держави. У першу чергу, це стосується сукупності відносин і зв'язків між її основними підсистемами – продуктивними силами та відносинами економічної власності, які потребують подальшого розвитку та удосконалення.

Відносини з приводу використання землі є основою для ведення сільськогосподарського виробництва і формування аграрної політики держави в умовах ринкового господарювання.

На початок цього року середня площа розпайованих земельних ділянок Львівщини становила - 1,75 га, а в структурі землекористувачів ці власники займають понад половину від загальної площі сільськогосподарських земель.

Враховуючи вік більшості власників земельних наділів, стан матеріально-технічної бази, можливості фінансування сільського господарства, за таких розмірів господарств безнадійно очікувати високої товарності виробництва, що є необхідною умовою ринкового господарювання. Тому особливої уваги вимагає питання формування мотивації поведінки у селян з приводу подальшого використання власних земельних ділянок. І воно може бути вирішено лише законодавчо, державою.

В основі мотивації їхньої поведінки лежить бажання якнайвигодніше реалізувати своє право власності на землю. Варіантів для цього є кілька: продати земельну ділянку; передати її в оренду; передати свій пай до статуту сільськогосподарського підприємства в обмін на корпоративні права або самостійно господарювати.

Але, як свідчить практика, сьогодні обмежений попит на землю сільськогосподарського використання і відсутній цивілізований ринок таких земель. Зменшується і зацікавленість у веденні самостійного товарного

виробництва, про що свідчить збільшення площ сільськогосподарських угідь, що перебувають поза господарським оборотом. Сьогодні склалася парадоксальна ситуація, коли за відсутності ринку сільськогосподарських земель, існує надлишок пропозиції над попитом. Брак грошових коштів на селі може призвести до спекуляції і тіньового переходу значної кількості землі до обмеженого кола осіб, що тепер активно і відбувається. Власник землі в цих умовах не має стимулів для підприємництва. Через популістську аграрну політику держави попередніх періодів і відсутність будь-якої тепер, реформування земельних відносин призвело до того, що приватна власність на землю, через мізерні розміри ділянок і відсутність вільного ринку землі, стала перешкодою для розвитку ринкового сільськогосподарського виробництва в Україні.

Доцільність підприємництва у сільському господарстві визначатиметься можливістю отримувати дохід не нижчий, ніж заробітні плати у міських жителів. Це одна з умов припинення вимирання українського села.

Об'єктивна реальність неминуче змусить перейти до товарного сільськогосподарського виробництва. А для залучення капіталу у сільське господарство, що є фундаментальною галуззю для всієї української економіки, - земля рано, чи пізно перейде у власність кредиторів. Про це свідчить іпотека. Тому завдання держави полягає у формуванні аграрної політики, яка б забезпечила цивілізований шлях цього переходу до ринкових умов розвитку товарного сільськогосподарського виробництва; ефективність використання основного національного ресурсу - землі; дала б змогу достойно дожити віку нинішнім власникам землі від реалізації передачі їхнього права власності на землю і сформувала базу для вирішення соціальних проблем села.

Для того, щоб виправити помилки, допущені в ході земельної реформи, необхідно кардинально змінити економічну політику держави в галузі сільськогосподарського виробництва. Центральною ланкою у системі аграрних відносин повинно стати економічно сильне сільськогосподарське підприємство, яке спроможне забезпечити виконання своїх зобов'язань перед громадянами - власниками за користування їхньою землею. І лише після досягнення відчутних змін стабілізації економічної ситуації у галузі і відповідно зростання попиту на землю з боку виробників можна переходити до запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення.

Список використаних джерел

1. Земельний кодекс України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (дата звернення: 20.02.2019)
2. Кузняк Б.Я. Власність і демократизація суспільства. URL: <http://www.dep.kiev.ua/library/article2.html> (дата звернення: 03.03.2019)

3. Права власності. Теорія прав власності: URL: [http:// www.econ-house.ru/ekonomichna-teorija/5/203-prava-vlasnosti-teoriya-prav-vlasnosti](http://www.econ-house.ru/ekonomichna-teorija/5/203-prava-vlasnosti-teoriya-prav-vlasnosti) (дата звернення: 03.03.2019)
4. Лисюк О.В., Балаш Л.Я., Бінерт О.В. Шляхи удосконалення інституту приватної власності на землі сільськогосподарського призначення. *Аграрна економіка*. Львів, 2018 Т. 11 № 1-2. С. 141-147

*Литвиненко В. Р.
здобувач вищої освіти за ступенем магістр
спеціальності «Облік і оподаткування»
Науковий керівник - Тютюнник С. В.
к.е.н., доц., проф. кафедри організації обліку та аудиту
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО РОЗРАХУНКІВ З РІЗНИМИ ДЕБІТОРАМИ

Фінансово-господарська діяльність підприємств у сучасних умовах економічної нестабільності потребує виваженого підходу до формування власної облікової політики, яка передбачає вибір комплексу методичних прийомів, способів і процедур організації та ведення бухгалтерського обліку підприємством з числа загальноприйнятих у державі.

Необхідність формування облікової політики суб'єктів господарювання встановлена в законодавчому порядку. Зокрема, Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV її визначено як спеціальний термін. У ст. 1 зазначено: «Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання і подання фінансової звітності», а в ст. 8 (п. 5) цього Закону вказано, що «...підприємство самостійно визначає за погодженням з власником (власниками) або уповноваженим органом (посадовою особою) відповідно до установчих документів облікову політику підприємства...» [1].

Облікова політика підприємства має враховувати такі важливі фактори:

- форму власності та організаційно-правову структуру підприємства;
- вид економічної діяльності, що зумовлює особливості та умови облікової роботи;
- відносини з податковою системою, наявність пільг та умови їх отримання;
- умови забезпечення підприємства ресурсами та умови реалізації готової продукції;
- матеріально-технічне забезпечення обліково-аналітичної роботи підприємства та рівень забезпеченості кваліфікованими обліковими працівниками; умови організації та стимулювання праці, відповідальності.

Важливим елементом облікової політики є створення підходів до обліку дебіторської заборгованості в системі розрахунків з покупцями та відображення її у фінансовій звітності. При цьому слід враховувати, що сформована підприємством облікова політика щодо дебіторської заборгованості досить суттєво впливає на величину показників фінансового стану та результати діяльності підприємства.

Одним з основних нормативних документів, вимог якого повинно дотримуватись кожне підприємство є П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість». Крім того, порядок оцінки певних видів дебіторської заборгованості та розкриття інформації про неї у фінансовій звітності регламентовано й іншими національними і міжнародними бухгалтерськими стандартами.

Основним джерелом регулювання облікової політики на підприємстві є Наказ про облікову політику. До Наказу про облікову політику потрібно скласти відповідні додатки, серед яких повинні бути і такі, що безпосередньо стосуються обліку дебіторської заборгованості в системі розрахунків з покупцями. Необхідними є наступні додатки які безпосередньо регулюють облік дебіторської заборгованості в системі розрахунків з покупцями:

- робочий план рахунків;
- положення про ведення претензійно-позовної роботи;
- посадові інструкції бухгалтера по веденню розрахункових операцій;
- реєстри аналітичного обліку дебіторської заборгованості;
- графік документообороту (зокрема в частині розрахункових операцій);
- порядок створення та використання резервів підприємства (зокрема резерву сумнівних боргів);
- затверджений терміну зберігання господарських договорів та іншої ділової документації;
- графіку проведення інвентаризації та склад ревізійної комісії [2].

Для ефективнішого ведення бухгалтерського обліку на підприємстві запропоновано ряд елементів облікової політики щодо розрахунків з різними дебіторами (табл. 1).

Елементи облікової політики щодо розрахунків з різними дебіторами

Елементи облікової політики	Характеристика
Види діяльності підприємства	Необхідно чітко визначити види діяльності, якими займається підприємство, від цього залежить вибір заборгованості на яку нараховується резерв.
Форма ведення обліку	Зазначення форми ведення бухгалтерського обліку, що безпосередньо впливає на сукупність та послідовність використання облікових реєстрів.

Вимоги щодо змісту та оформлення первинних документів з різними дебіторами	Ведення окремої справи для господарських договорів, до підписання договору з покупцем необхідно перевірити його платоспроможність, а також, введення в первинні документи, на підставі яких продукція відпускається покупцю обов'язкового реквізиту «Критерії якості».
Визнання та оцінка розрахунків з різними дебіторами	Визнання дебіторської заборгованості як активу здійснюється при відповідних вимогах.
Класифікація та аналітика розрахунків з різними дебіторами	Необхідно передбачити та закріпити перелік класифікаційних ознак та види на які поділяється дебіторська заборгованість для тих чи інших управлінських потреб та вказати відповідно до обраної класифікації розрізи аналітики для обліку заборгованості.
Організація внутрішнього контролю розрахунків	Здійснення внутрішнього контролю розрахунків обліковими працівниками, ревізійною комісією з метою забезпечення систематичного спостереження за достовірністю облікових та звітних даних про наявність та зміни сум дебіторської та кредиторської заборгованості, своєчасності розрахунків з кредиторами та пред'явлення боргових вимог дебіторам.

Отже, облікова політика підприємства є важливим інструментом організації бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Вдало, попередньо глибоко проаналізована комбінація можливих варіантів облікової політики дає змогу підприємству ефективно здійснювати господарську діяльність як у сфері обліку, ефективного контролю та управління дебіторською заборгованістю, її своєчасного погашення дебіторами так і підприємства загалом.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 липня 1999 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua>
2. Цегельник Н. І. Формування облікової політики підприємства щодо обліку дебіторської заборгованості в системі розрахунків з покупцями / Н. І. Цегельник // Облік і фінанси. - 2014. - № 4. - С. 77-81.

*Лихоній В. І.,
старший викладач кафедри фінансів і кредиту
Бородай Є. А.,
ЗВО спеціальності «Фінанси, банківська справи
та страхування», СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

СУТНІСТЬ ТА ОЗНАКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

Функціонуючи як суб'єкт підприємницької діяльності, кожне підприємство має забезпечувати такий стан своїх фінансових ресурсів, за якого воно стабільно зберігало б здатність безперебійно виконувати свої фінансові зобов'язання перед діловими партнерами, державою, власниками, найманими працівниками.

Поняття «фінансова стійкість» підприємства багатогранне, воно більш ширше від понять «платоспроможність» і «кредитоспроможність», так як включає в себе оцінку різних сторін діяльності фірми. Фінансова стійкість формується в процесі всієї виробничої діяльності і є головним компонентом загальної стійкості підприємства.

Розглянемо зміст поняття «фінансова стійкість» іншими авторами в табл. 1 [36].

Таблиця 1

Методичні підходи щодо трактування поняття «фінансова стійкість»

Автор	Визначення
Подольська В. О., Яріш О. В.	Фінансова стійкість – це здатність підприємства відповідати за своїми боргами і зобов'язаннями і нарощувати економічний потенціал, результат його поточного, інвестиційного, фінансового розвитку.
Білик М. С., Шелудько В. М.	Фінансова стійкість – це забезпеченість активів підприємства стійкими джерелами їх формування, гарантована платоспроможність, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і поведінки партнерів.
Цал-Цалко Ю. С.	Фінансова стійкість – це стан активів (пасивів) підприємства, що гарантує постійну платоспроможність.
Філімоненков О. С.	Фінансова стійкість – це такий стан підприємства, коли обсяг його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство платоспроможне.
Савицька Г. В.	Фінансова стійкість – це здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому внутрішньому і зовнішньому середовищі, що гарантує

	його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику.
Ізмайлова К. В.	Фінансова стійкість характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства щодо володіння своїм майном і його використання.
Лахтіонова Л. А.	Фінансова стійкість – це динамічна інтегральна характеристика здатності системи трансформації ресурсів і ризиків повноцінно (з максимальною ефективністю і мінімальним ризиком) виконувати свої функції, витримуючи вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища
Мамонтова Н. А.	Фінансова стійкість – це такий стан підприємства, за якого забезпечується стабільна фінансова діяльність, постійне перевищення доходів над витратами, вільний обіг грошових коштів, ефективне управління фінансовими ресурсами, безперервний процес виробництва і реалізації продукції, розширення й оновлення виробництва.

Отже, аналіз щодо трактування поняття «фінансова стійкість» дає змогу визначити, що дана категорія розглядається у вузькому та широкому значеннях. Так, у вузькому значенні фінансову стійкість розглядають як одну з складових оцінки фінансового стану підприємства, яка характеризує «такий стан підприємства, коли обсяг його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство є платоспроможним».

В широкому розумінні поняття «фінансова стійкість» включає, крім ефективного формування, розміщення та використання фінансових ресурсів, оптимальну структуру активів, а також передбачає задовільні параметри діяльності підприємства.

Таким чином, систематизація розглянутих підходів дозволила визначити авторську позицію щодо трактування категорії «фінансова стійкість» як такий стан підприємства, за якого суб'єкт господарювання забезпечує достатню частку власного капіталу у складі джерел фінансування підприємства, тобто це здатність суб'єкта господарювання стабільно функціонувати та ефективно розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів у мінливих умовах внутрішнього і зовнішнього середовищ. Важливе значення при дослідженні сутності поняття «фінансова стійкість» має виділення основних ознак, що їй притаманні:

- забезпечує стабільність діяльності;
- гарантує забезпечення платоспроможності та кредитоспроможності;
- підтримується в умовах ризику;
- реалізується на довгострокову перспективу;
- визначається ефективним використанням фінансових ресурсів;
- підтримується в умовах зміни середовища.

Отже, фінансова стійкість визначається ефективним використанням фінансових ресурсів підприємства. Важливість цієї ознаки полягає у тому, що від ефективності розподілу і використання цих ресурсів залежить реалізація розширеного відтворення, бізнес-проектів, програм.

Список використаних джерел

1. Галушак В. В. Фінансова стійкість та фінансова стратегія підприємства як ефективне формування та використання фінансових ресурсів / В. В. Галушак // Глобальні та національні проблеми економіки. -2015. - Вип. 4. – С. 810 – 813.
2. Гринкевич С. С. Економічні основи стратегічного управління фінансовою стійкістю підприємства в умовах ринкових перетворень / С. С. Гринкевич, А. М. Михалевич // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. - Вип. 18.5. – С. 110 – 114.
3. Гришина В. І. Сутність фінансової стійкості / В. І. Гришина, І. С. Борисова // «Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю» : Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 26 жовтня 2017 р. – Полтава : ПДАА, 2017. – С. 306 – 308.
4. Журавльова О. Є. Фінансова стійкість підприємства : теорія і практика / О. С. Журавльова // Збірник наукових праць : Формування ринкової економіки. – 2014. – № 22. – С. 523 – 536.
5. Ковальчук Н. О. Фінансова стійкість вітчизняних підприємств як передумова їх стабільного функціонування / Н. О. Ковальчук, Т. В. Руснак // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – С. 368 -371.
6. Мельник О. М. Фінансова стійкість підприємства в сучасній економіці [Електронний ресурс] / О.М. Мельник. // Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua/>

Лищенко М.О.

*д.е.н., доцент, завідувач кафедри статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ПОЛІТИЦІ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУРАХ

У сучасних умовах клієнторієнтованого характеру діяльності підприємств все більшого значення набуває реалізація цілей усіх зацікавлених осіб, яка досягається за рахунок посилення взаємозв'язків між усіма учасниками підприємницької діяльності, тобто відбувається підвищення ролі комунікаційних процесів підприємства, в т.ч. і на внутрішньо організаційному рівні. Ефективність комунікаційно-інформаційних процесів, комунікаційний клімат у результаті впливають на організацію тривалих партнерських взаємин

ринкових суб'єктів, підвищення його конкурентоспроможності та ефективність діяльності підприємства в цілому. Відповідно своєчасний аналіз комунікаційних процесів дозволяє виявляти неформалізовані відносини керівництва й підлеглих; оцінювати ступінь автономності діяльності кожного підрозділу, ефективність зворотного зв'язку між елементами структури управління; встановлювати ефективність комунікаційно-інформаційних процесів всередині підприємства і т.д., а також у результаті налагоджувати довгострокові партнерські відносини із контактними аудиторіями та формувати лояльність споживачів, і відповідно більш ефективно досягати поставлених цілей та підвищувати ефективність діяльності підприємства.

Зважаючи на те, що оцінці політики просування продукції присвячено велику кількість робіт, при цьому більшість запропонованих методик знайшли апробацію на підприємствах різних форм власності, вважаємо за доцільне зосередити увагу на оцінюванні внутрішніх комунікацій підприємства. Відтак основною проблемою у сфері політики просування можна вважати процедуру оцінювання ефективності та результативності внутрішніх комунікацій. Існуючі методики носять розрізнений характер, не дозволяючи сформувати чітке уявлення про стан та потенціал комунікативної діяльності підприємства; при цьому у більшості випадків мова йде або про зовнішні маркетингові комунікації, або про окремі напрямки внутрішніх комунікаційних процесів. Відповідно підприємство не може бути впевненим у обґрунтованості та надійності отриманих результатів за відсутності комплексного показника оцінювання, що враховує основні напрямки складових політики просування.

Незважаючи на те, що здійснення оцінювання ефективності управління просуванням продукції має певну специфіку для кожного окремого підприємства, цей процес має загальний характер і може бути зведений до таких етапів:

- 1) визначення об'єкта, предмета та завдань оцінювання ефективності;
- 2) формування критеріїв ефективності;
- 3) оцінка ефективності комунікаційних процесів на підприємстві;
- 4) аналіз стану ефективності просування продукції;
- 5) прийняття необхідних коригуючих дій та управлінських рішень.

Отже, перший етап полягає у визначенні об'єкта, предмета та завдань аналізу й оцінки ефективності управління просуванням продукції підприємства. Відповідно у якості об'єктів оцінювання у сфері управління просуванням товарів підприємства пропонуємо розглядати підсистеми менеджменту, інформаційну, технології та соціально-психологічну складову комунікацій. Предмет та завдання оцінювання комунікаційних процесів аграрного підприємства подані у табл. 1.

Таблиця 1

Об'єкти, предмет і завдання оцінювання ефективності просування продукції в аграрному підприємстві

Об'єкт	Предмет	Завдання
Організаційна підсистема	- управлінські технології; - організаційна структура управління; - персонал	- попередня оцінка управлінських рішень на етапі їх розроблення; - проміжне оцінювання виконання прийнятих управлінських рішень; - оцінка досягнутих результатів; - визначення ефективності роботи персоналу; - виявлення фактичного рівня компетентності працівників; - виявлення потреб у підвищенні кваліфікації; - тощо
Інформаційна підсистема	- канали зв'язку; - мережі	- аналіз наявності зворотного зв'язку; - аналіз наявності комунікативних розривів; - визначення надійності інформації; - оцінка достатності інформації; - визначення тривалості комунікаційних зв'язків; - тощо
Технології	- програмне забезпечення; - апаратне забезпечення; - система обробки інформації	- аналіз достатності необхідних технологій; - визначення завантаженості програмного забезпечення; - визначення рівня інформаційної безпеки; - аналіз завантаженості користувачів комп'ютерами; - тощо
Соціально-психологічна підсистема	- соціальна взаємодія; - ролі в системі управління; - психологічні особливості	- аналіз соціальної адаптивності персоналу; - визначення психологічного портрету працівників; - отримання інформації про соціально-психологічний клімат у колективі; - аналіз рівнів взаємодії працівників; - оцінювання ступеня відданості, вмотивованості працівників; - тощо

Для того, щоб правильно оцінити визначені об'єкти, необхідно встановити певні критерії оцінки для кожного з них. Це завдання розв'язується на другому етапі процесу оцінювання, який, перш за все, потребує аналізу підходів до здійснення оцінки ефективності просування продукції, що відбуваються всередині підприємства.

Одним із підходів до оцінювання внутрішньої політики просування є методики, що мають у своїй основі експертні оцінки різних показників, зокрема на основі анкетування працівників, менеджерів різних рівнів, різних ланок виробництва та управління.

Кількісні методики оцінювання комплексу просування продукції (табл. 2) використовуються як окремо, так і у сукупності з експертними методами.

Таблиця 2

**Кількісні показники оцінювання комплексу маркетингового
просування продукції**

Автор	Показник	Формула розрахунку		Примітки
Булатов А.Н.[2]	Показник оцінки якості корпоративного управління з точки зору захисту інтересів власників	$K_{\text{int}} = (-)K_1 + (-)K_2 * (-)K_3 + (-)K_4$ (узагальнений вигляд)	К ₁ , К ₂ - показники ефективності захисту інтересів власників відповідно в поточних доходах та у перспективних доходах; К ₃ – показник ефективності захисту інтересів власників порівняно з іншими учасниками корпоративних відносин; К ₄ – К ₃ скорегований на частку акціонерного капіталу окремого власника	На основі врахування всіх можливих варіантів поєднань показників ефективності захисту інтересів окремих власників передбачена побудова матриці оцінки ефективності корпоративного управління; потрапляння до відповідних комірок говорить про певний стан якості організаційних комунікацій і передбачає здійснення відповідних заходів для її підвищення/утримання існуючого рівня
Шубін О.О., Сіменко І.В.[3]	Якість організаційних комунікацій	$Y_{\text{ок}} = f(K_{\text{шв}}; K_i)$	К _{шв} – ступінь швидкості передачі інформації; К _i – здатність інформації задовольняти потреби процесу управління, пройшовши каналами передачі інформації	Розрахунок даного показника – останній етап у процесі оцінювання якості організаційних комунікацій. Попередні 3 етапи передбачають розрахунок складових узагальнюючих наведених показників
Босак А.О. [3]	Визначення кількості елементарних функцій комунікацій	$K_{\text{к}} = S \cdot \left(\frac{k \cdot (k-1)}{2} \right) \cdot f$	S – кількість стадій комунікацій (S=4); k – кількість підрозділів підприємства; f – кількість конкретних функцій менеджменту, які реалізуються в процесі виробництва	Автором також пропонується економіко-математична модель оптимізації номінальної кількості комунікацій, частки непродуктивних комунікацій та витрат на здійснення комунікацій

Зокрема науковці [3] для підвищення об'єктивності оцінки якості просування продукції пропонують паралельно використовувати методику, яка ґрунтується на сприйнятті експертами якості об'єктів оцінки (однак при цьому не можна відкидати певний суб'єктивізм респондентів), також кількісну (при цьому обмеженням є те, що не всі показники якості можна математично розрахувати).

Отже, наведені методи дають змогу оцінити потенційну можливість впливу маркетингових комунікаційних повідомлень на загальну аудиторію використаних носіїв (сукупних переглядів, сумарних рейтингів) або на аудиторію рекламодавців (сумарного рейтингу для цільової аудиторії, охоплення); визначити ефективність частотного розподілу повідомлень.

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Теоретико-методологічне обґрунтування формування маркетингових каналів з позицій інноватики. Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку : монографія; за ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. Суми : Папірус, 2012. С. 324-340.
2. Сагер Л.Ю. Удосконалення категорійного апарату комунікацій у системі управління підприємством. Економічний простір. 2012. №64. С. 243-254.
3. Шубін О.О., Сіменко І.В. Аналітична оцінка якості організаційних комунікацій. Актуальні проблеми економіки №1(103). 2010. С. 175-184.
4. Босак А.О. Складові елементи системи комунікацій підприємства та їх характеристики. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2006. №567. С. 16-22.

Лісіца В.В.

*к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

УЧАСТЬ МСП В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Політика розвитку МСП має бути невід'ємною частиною структурних реформ в Україні. Це допоможе диверсифікувати джерела економічного зростання країни, підвищити конкурентоспроможність ключових секторів економіки та забезпечити рівні умови ведення бізнесу.

Одним із напрямів структурних реформ в Україні є удосконалення системи держзакупівель відповідно до вимог адаптації законодавства України до стандартів ЄС в рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Так, Закон України «Про публічні закупівлі» (01.04.16 р.), який в ключових моментах адаптований з правилами ЄС, передбачає підвищення рівня прозорості та відкритості здійснення закупівель, створення умов для подолання корупції у сфері державних закупівель та залучення реального бізнесу до цієї сфери. Система Електронних Державних Закупівель Prozorro, запуск якої відбувся у 2015 р., на сьогоднішній день є основним інструментом

для здійснення публічних закупівель у формі відкритих торгів, а також джерелом інформації про тендерні процедури, проведені в інших формах в Україні. У травні 2016 року Україна приєдналася до Угоди СОТ про державні закупівлі (WTO GPA), що відкрило українським компаніям доступ до ринків міжнародних публічних закупівель 45 країн світу. [1]

Просування участі МСП в публічних тендерах є важливою складовою в законодавстві та політиці про публічні закупівлі в ЄС. В Україні цей процес знаходиться на початковому етапі і не є пріоритетним порядку денного реформи публічних закупівель в Україні [2]. Так, в Стратегії реформування системи державних закупівель (Дорожній карті) МСП згадуються лише побічно. У Стратегії та в її Плані заходів МСП відзначаються лише один раз у контексті програми наближення законодавства для перенесення статті 46 Директиви 2014/24/ЄС з метою заохочення поділу предмету закупівлі на лоти для створення умов для участі малого та середнього бізнесу в публічних закупівлях. [2]

Згідно SME Policy Index за доступом участі МСП у публічних закупівлях, Україна має нижчі за середні бали серед країн Східного партнерства (табл. 1). [3]

Таблиця 1 - Бали України в Індексі економічної політики у сфері МСП (2016)

Показники індексу	Україна	Середній бал в країнах СП	Кращі показники
1. Навчання навичок підприємництва та жіноче підприємництво	2,25	2,52	2,70 (Грузія)
2. Банкрутство та надання другого шансу для МСП	2,05	2,71	3,16 (Вірменія)
3. Нормативно-правова база формування політики щодо МСП	2,45	2,95	3,51 (Молдова)
4. Середовище діяльності МСП	3,81	4,01	4,33 (Грузія)
5a. Послуги з підтримки МСП і стартапів	1,84	3,13	3,93 (Вірменія)
5b. Державні закупівлі	2,73	3,12	4,04 (Грузія)
6. Доступ МСП до фінансування	3,22	3,28	3,76 (Грузія)
7. Стандарти і технічне регулювання	4,34	3,76	Україна
8a. Навички підприємництва	2,56	2,66	3,0 (Грузія)
8b. Інновації	1,86	2,57	2,91 (Вірменія і Білорусь)
9. МСП у зеленій економіці	1,22	1,99	2,48 (Грузія)
10. Інтернаціоналізація МСП	1,63	2,79	3,60 (Грузія)

Джерело: SME Policy Index (2012, 2016) [3]

Експерти зазначають, що незважаючи на те, що МСП складають кількісну більшість бізнесу в ЄС (під поняття МСП підпадає 99,8% всіх підприємств), їх частка в публічних закупівлях є доволі незначною: протягом 2009–2014 років кількісно лише 56% всіх контрактів вище порогів ЄС були виграні МСП, що у вартісному вимірі складає 29%. [2]

Нажаль, в Україні відсутні надійні статистичні дані щодо рівня участі МСП та успішності українських публічних тендерів, але дані веб-порталу з публічних закупівель показують, що МСП в Україні є активними учасниками тендерів і досягли помітного успіху в присудженні договорів. За даними [4] в Україні частка МСП, який бере участь у публічних закупівлях, більша, ніж в ЄС на 18%.

В процесі запровадження нових підходів до організації публічних закупівель в Україні та залучення до участі в них МСП, доцільно використовувати значний накопичений як позитивний, так і негативний досвід в цій сфері країнами ЄС.

Так, фахівці відзначають, що серед основних перешкод участі МСП у публічних закупівлях, є такі:

- рівень вимог, що містяться в документації конкурсних торгів, які можуть суттєво погіршувати позиції малих підприємств (наприклад, невиправдані вимоги щодо спроможності (кваліфікації), непотрібні чи надміру складні технічні вимоги тощо);
- брак послідовності/однорідності процедур та уніфікованого правового тлумачення серед усіх державних організацій та всередині них;
- великі й тривалі договори (централізовані закупівлі, рамкові угоди);
- державні покупки часто неохоче розглядають кандидатури нових постачальників, оскільки їм зручно працювати з уже наявними;
- намагання уникнення ризику серед державних покупців, який пов'язаний з відсутністю бренду чи репутації малих підприємств (включаючи стартапи);
- брак або низька якість інформації в тендерній документації;
- акцент на найнижчій ціні замість оптимального співвідношення ціни та якості;
- допущення політичного втручання у прийняття рішень щодо присудження договорів;
- брак знань про процес проведення тендерів і про правила здійснення закупівель загалом.

Практика в сфері публічних закупівель країн ЄС доводить, що МСП, як учасник публічних закупівель, має як позитивні, так і негативні сторони у порівнянні з великим підприємством.

До негативних можна віднести наступні:

- існують переваги роботи з одним великим постачальником замість декількох менших;
- очікування щодо нестачі ресурсів у МСП (кадрових, організаційних, технічних та фінансових);

- неспроможність забезпечити належну актуальну підтримку, резервування чи рівень обслуговування договору протягом всієї тривалості його виконання;
- обмеженість та неповнота даних про досвід роботи та репутацію;
- невпевненість у необхідному обсязі запасів та стабільності поставок продукції;
- вузький асортимент продукції, ніж у великих компаній. [2]

Разом з тим, існують незаперечні переваги МСП як учасника публічних закупівель, а саме: нижчі ціни та супровідні витрати; гнучкість до змін на ринку; інноваційність; краща територіальна наближеність до замовника/клієнта у порівнянні з великою компанією.

Отже, подальша адаптація інструментів державної політики до потреб МСП щодо сприяння їх участі у публічних закупівлях та кращому використанню можливостей пов'язана з таким:

- створення системи інформування про можливості участі МСП в публічних закупівлях;
- розширення практики надання державними банками електронних гарантій для забезпечення тендерних пропозицій;
- проведення тренінгів, семінарів з питань участі в процедурах публічних закупівель представників МСП;
- подальше удосконалення механізмів та процедур в сфері публічних закупівель з метою спрощення доступу МСП до їх участі: законодавче унормування граничного терміну оплати після виконання замовлення та до визначення окремих частин предмета закупівлі; дозволити групам суб'єктів господарювання подавати колективні пропозиції для забезпечення конкурентної участі у великих тендерах МСП тощо. [5]

Таким чином, система публічних закупівель в Україні поступово трансформується відповідно до стандартів ЄС, але МСП недостатньо представлені у сфері публічних закупівель у порівнянні із загальною питомою вагою МСП в економіці, що потребує від держави подальших кроків в напрямку поліпшення участі МСП у сфері публічних закупівель.

Список використаної літератури

1. Річний звіт 2017. [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://fsr.org.ua/sites/default/files/imce/richnyy_zvit_ero_2017_ukr.pdf
2. Шатковський О. Звіт про сприяння полегшенню доступу МСП до процедур публічних закупівель. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://eupublicprocurement.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/Report-on-SME-access-to-Public-Procurement_UKR.pdf
3. Синиця Т.В., Осьмірко І.В. Вирішення проблем обмеженого доступу МСП до публічних закупівель: досвід країн-членів ЄС. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка», 2018, вип. 18 – С. 91-97.

4. Публічні закупівлі: МСП в Україні у порівнянні з ЄС частіше беруть участь у торгах [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1720286-publichni-zakupivli-msp-v-ukrayini-uporivnyanni-z-yes-chastishe-berut-uchast-u-torgakh>

5. Стратегія розвитку підприємництва: експертне бачення [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://ukrajina.fnst.org/sites/default/files/uploads/2016/12/14/strategywww.pdf>

Лозинська Т. М.

*д. держ. упр., завідувач кафедри публічного
управління та адміністрування
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

КРИЗА МЕТОДОЛОГІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ

Останнім часом у соціальних інтернет-мережах, зокрема Фейсбук, між науковцями спостерігається обмін думками щодо кризи науки і освіти (І. Єгорчина, В. Калюжний та ін.), яка, на думку економістів, є причиною сповільнення технологічних інновацій. О. Лосєв у статті «Епоха застою в світовій науці» зауважує: «...світ намагається здійснити технологічну революцію, не створюючи сучасну наукову основу для цього, а лише намагаючись комерціалізувати та соціалізувати науково-технічні досягнення минулого» [1] (тут і далі переклад з російської – Т. М. Лозинська). Цієї ж думки дотримується Дж. Фрідман, який у 2011 р. написав, що в наступному десятилітті не вистачатиме саме проривних технологій, які обумовлюють справжнє зростання економіки [2].

Проте Фрідман і низка інших науковців причину відсутності технологічних інновацій вбачають не стільки в занепаді самої науки, скільки в кризі системи державного управління, методологічною основою якого протягом двох останніх століть була ліберальна концепція мінімізації ролі держави в економічному житті. Варто відзначити, що криза методології державного управління в економічній сфері визнається більшістю учених, але наукове співтовариство суттєво розподілено щодо виявлення причин незадовільного стану управління розвитком економіки. Якщо Дж. Фрідман, М. Калашников, С. Кугушев та інш. помічають технологічний застій і обґрунтовують його детермінованість капіталістичним способом виробництва (націленістю на отримання швидкого прибутку при зростанні вартості наукових досліджень і відсутністю можливостей держави фінансувати фундаментальні дослідження), то такі вчені як А. Барабашов, А. Вайно, А. Оболенський пов'язують нездатність держави впоратися з економічними та соціальними проблемами з прискоренням появи і дифузії інновацій. А. Оболенський відмічає, що криза державного управління виражається у його нездатності «...впоратися з викликами інноваційного розвитку, що

наростають, швидкістю, багатофакторністю та непередбачуваністю змін...» [3, с. 145]. Не зважаючи на визнання масштабності і складності проблем економічного розвитку, друга група вчених пропонує простіші способи удосконалення методології державного управління, які досить часто зводяться до переформатування організаційно-функціональної структури системи управління без зміни фундаментальних відносин власності. Уже зараз помітним є збільшення кількості державних структур, що залучаються до прийняття управлінських рішень, що безумовно «розмиває» управлінську вертикаль і означає «...перехід від «вертикального» до «горизонтального» управління і у підсумку до формування суспільно-державного управління за участю організацій громадянського суспільства» [4].

Більш радикальні погляди щодо перегляду методології державного управління (які розділяє і автор даної статті) ґрунтуються на визнанні нездатності корпорацій, а не держави інвестувати в довгострокові і вартісні фундаментальні дослідження, які є неефективними для бізнесу. В українському сучасному економічному середовищі є дуже поширеною теза про неефективність державної власності, унаслідок чого остання має бути терміново роздержавлена та приватизована. Однак досить часто неефективність державної власності пояснюється соціальною значущістю продуктів і послуг, що випускаються за її допомогою, і супроводжуються політикою низьких цін, які є непривабливими для приватних виробників. Такою ж непривабливою для бізнесу з точки зору ефективності є фундаментальна наука, яка створює технологічне підґрунтя економічного розвитку. «Держава неефективна...», – пише Дж. Фрідман, – «...але в основу фундаментальних досліджень закладена така неефективність (і спроможність оплачувати цю неефективність)» [2, с. 211].

Очевидно, що перегляд методології державного управління в економічній сфері буде здійснюватися з урахуванням тенденцій економічного розвитку у напрямі його соціалізації, пов'язаної, насамперед, з консолідацією власності в руках держави і зменшенням економічної нерівності. У цьому зв'язку актуальними стають дослідження щодо створення моделей багатопрофільних державних корпорацій (на зразок науково-промислових об'єднань), функціонування яких визначатиметься існуванням складних наукових пріоритетів і соціальною доцільністю. Непередбачуваність, невизначеність і незрозумілість майбутніх процесів економічного розвитку (сингулярність) змушує не просто збільшувати присутність держави у певних сферах діяльності для попередження криз, а навіть повністю перебирати на себе всі управлінські функції, що вимагає відповідного ресурсного забезпечення, а отже і вирішення питань власності. Як нам видається, ми спостерігатимемо в недалекому майбутньому трансформацію методології державного управління саме в такому напрямі.

Список використаних джерел

1. Лосев А. Эпоха застоя в мировой науке /А. Лосев. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://globalaffairs.ru/number/Epokha-zastoya-v-mirovoi-nauke-19353>.
2. Фридман Дж. Следующие 10 лет. 2011 – 2021 /Дж. Фридман; пер. с англ. А. Калинина. – М.: Изд-во «Эксмо», 2011. – 320 с.
3. Оболенский А. В. Кризис эффективности административно-бюрократического государства и поиски выхода: опыт США (эволюция теории и практики государственного управления в последние десятилетия) /А. В. Оболенский //Вопросы государственного и муниципального управления. – 2014. – №2. – С. 145-170.
4. Барабашов А. Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии /А. Г. Барабашов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vgmu.hse.ru/data/2016/10/06/1122684453/%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%B2%203-2016.pdf>.

*Лозова О.В., к.е.н., доцент
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», м. Полтава
Пивовар М.М., магістрант кафедри менеджменту
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», м. Полтава*

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання особливого характеру набувають питання підвищення ефективності управління персоналу в умовах практичного застосування системного підходу. Через системну кризу в усіх секторах економіки, зокрема і в торговельній сфері, персонал будь якого підприємства стає неоціненним ресурсом в постійній конкурентній боротьбі. Для ефективного управління персоналом підприємства необхідно стратегічне бачення колективу, як єдиного живого організму. Тобто системний підхід при управлінні підприємством дає можливість всебічно вирішувати кадрові питання і розробити ефективну кадрову стратегію з урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників впливу. Саме тому питання застосування системного підходу до управління персоналом підприємства є актуальним і своєчасним.

Перевагами застосування системного підходу у підвищенні ефективності управління торговельного підприємства є:

- отримання конкурентної переваги в ринковому середовищі господарювання;

- всебічне поширення кадрової стратегії на всі аспекти і рівні управління підприємством;
- постійний контроль та адаптація до змін внутрішнього середовища;
- швидкий і постійний аналіз інформаційно-комунікативного середовища підприємства;

спрощення внутрішньої структури об'єктів управління.

На думку О.Остапчук, системний підхід до управління передбачає управління організацією як єдиною системою, де будь-який управлінський вплив на одну частину системи позначається і на інших її частинах, з чого випливає, що управляти необхідно всією організацією в цілому [1].

В свою чергу Р.А. Фатхутдінов визначає системний підхід до управління як підхід, при якому будь-яка система (об'єкт) розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, що мають «вхід» (мета), «вихід», зв'язок із зовнішнім середовищем, зворотний зв'язок і «процес» у системі [2].

Сутність системного підходу до управління полягає в наступному: формулювання цілей та встановлення їхньої ієрархії до початку будь-якої діяльності, пов'язаної з управлінням; отримання максимального ефекту, тобто досягнення поставлених цілей шляхом порівняльного аналізу альтернативних шляхів та методів досягнення цілей та здійснення вибору; кількісна оцінка цілей та засоби їх досягнення, заснована на всебічній оцінці всіх можливих і планованих результатів діяльності.

Отже, системний підхід відіграє ключову роль у підвищенні управління персоналом торговельного підприємства, оскільки змінює спосіб мислення по відношенню до організації та управління в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Як спосіб управління, системний підхід ґрунтується на розумінні об'єкта управління як цілісності, на виявленні різноманіття його внутрішніх і зовнішніх зв'язків; сукупність пов'язаних, узгоджених методів і засобів управління економікою, галуззю, підприємством, підрозділом та ін.

Список використаних джерел

1. Остапчук О.Є. Системний підхід до управління та прийняття управлінських рішень/О.Є. Остапчук//[Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://conftiapv.at.ua/publ/konferenciji_2011/section_5/sistemnij_pidkhid_do_upravlinnja_ta_prijnjattja_upravlinskikh_rishen/11-1-0-787

2. Фатхутдінов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдінов - М.: ЗАОБизнес – школа «Интел – Синтез», 2000. – 640с

*Лукомська Анастасія Володимирівна
Аспірантка Академії адвокатури України
місто Київ, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ СПЕЦІАЛЬНОЇ КОНФІСКАЦІЇ МАЙНА: СУЧАСНИЙ СТАН ПРАВОВОЇ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ

За загальним сучасним міжнародним порядком, поняття прав людини відображає той факт, що за кожною особою визнається певний комплекс природних і невід'ємних прав і свобод, які зумовлені її існуванням як людини і необхідно розглядати у значенні гарантії її гідності. Згідно з частинами 3, 4 та 5 статті 41 Конституції України ніхто не може бути протиправно позбавлений права власності. Право приватної власності є непорушним. Перший протокол до Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод у ст. 1 («Захист власності») встановлює: «Кожна фізична або юридична особа має право мирно володіти своїм майном. Ніхто не може бути позбавлений своєї власності інакше, як в інтересах суспільства, і на умовах, передбачених законом і загальними принципами міжнародного права». Позбавлення права власності не може бути передбачене національним законом, якщо такий закон суперечить загальним принципам міжнародного права, серед яких важливим є принцип, закріплений у ч. 2 ст. 17 Загальної декларації прав людини: «Ніхто не може бути безпідставно позбавлений свого майна». Примусове відчуження об'єктів права приватної власності може бути застосоване з мотивів суспільної необхідності, лише як виняток, на підставі та в порядку, встановленому законом, і за умови попереднього і повного відшкодування їх вартості. Примусове відчуження таких об'єктів із наступним повним відшкодуванням їх вартості допускається лише в умовах воєнного чи надзвичайного стану. Конфіскація майна може бути застосована виключно за рішенням суду у випадках, обсязі та порядку, встановлених законом.

Проте зазначені положення жодним чином не обмежують право держави вводити в дію такі закони, які вона вважає за необхідне, щоб здійснювати контроль за користуванням майном відповідно до загальних інтересів або для забезпечення сплати податків чи інших зборів або штрафів.

В зв'язку з цим, спеціальна конфіскація майна належить до одного з найбільш проблематичних інститутів, який досі не здобув належного наукового розроблення. Особливої актуальності це питання набуло у зв'язку з прийняттям Верховною Радою України 18 квітня 2013 р. Закону України «Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України стосовно виконання Плану дій щодо лібералізації Європейським Союзом візового режиму для України» № 222-VII, який набув чинності 15 грудня 2013 р., внаслідок чого у чинному законодавстві з'явилися положення щодо спеціальної конфіскації.

Слід відмітити, що вітчизняний законодавець передбачив спеціальну конфіскацію як в кримінальному кодексі України так і в кримінальному процесуальному кодексі України.

Такий підхід відповідає кримінально-правовій природі спеціальної конфіскації, а також її завданням та правилам взаємозв'язку норм матеріального та процесуального права. Однак, така розгалуженість правової регламентації спеціальної конфіскації викликало неузгодженість положень матеріального та процесуального права [1, с. 6]. Так, окреслюючи шляхи удосконалення спеціальної конфіскації, Н.А. Орловська також вказує на необхідність усунення дублювання кримінально-правових та кримінально-процесуальних приписів, що суттєво заплутує розуміння правової природи спеціальної конфіскації та її цілеспрямування [2, с. 47]. Провівши детальний аналіз у цьому напрямі, І.В. Глов'юк зазначає на доцільність скасування в ч. 9 ст. 100 КПК України вказівок на гроші, цінності та інше майно, які можуть виступати в якості предмета спеціальної конфіскації як заходу кримінально-правового характеру [1, с. 7].

Досить цікавим є те, що, звергаючись до міжнародно-правової регламентації спеціальної конфіскації, В.І. Михайлов стверджує, що ні в одному з міжнародних нормативно-правових актів не вказується на те, в якій галузі законодавства вона повинна бути закріплена [3, с. 75]. Можливо, такий підхід міжнародної спільноти є правильним, адже віднесення регламентації спеціальної конфіскації лише до конкретної галузі законодавства є досить дискусійним.

Щодо вітчизняного законодавства, то першим вагомим кроком правової регламентації інституту «спеціальної конфіскації» в Україні стало прийняття вище згадуваного Закону України «Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України щодо виконання рекомендацій, що містяться в шостій доповіді Європейської комісії про виконання Україною Плану дій щодо лібералізації Європейським Союзом візового режиму для України, щодо удосконалення процедури арешту майна і інституту спеціальної конфіскації» від 18.02.2016 року.

З огляду на прагнення України до повномасштабної участі в політичному та економічному житті Європи, важливе значення для удосконалення вітчизняного законодавства та відповіді на питання про необхідність та доцільність запровадження законодавчих змін, які стосуються спеціальної конфіскації майна, має дослідження зарубіжного досвіду регламентації і застосування інституту конфіскації майна загалом та спеціальної конфіскації зокрема.

Запровадження у чинне законодавство України такого іншого заходу кримінально-правового характеру, як спеціальна конфіскація, зумовлено низкою міжнародно-правових актів, які містять у собі рекомендації та зобов'язання стосовно запровадження спеціальної конфіскації у нормах національного

законодавства України. З-поміж них можна назвати такі, як Угода про асоціацію між Україною, з одного боку, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншого – Україною та ЄС, яка була остаточно підписана 27 червня 2014 року, Кримінальна Конвенція про боротьбу з корупцією (ETS 173) від 27 січня 1999 року, Конвенція Організації Об'єднаних Націй проти транснаціональної організованої злочинності від 15 листопада 2000 року. Крім того, Україна є стороною Конвенції Ради Європи про відмивання, пошук, арешт і конфіскацію доходів, одержаних злочинним шляхом, та про фінансування тероризму від 16 травня 2005 року і взяла на себе зобов'язання щодо встановлення обов'язкових арешту та конфіскації знарядь і засобів злочину та доходів або майна, вартість якого відповідає таким доходам, та відмитого майна за всіма предикатними злочинами, тобто злочинами, за які передбачено покарання у виді позбавлення волі або штрафу понад три тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [4].

Також вагому роль у запровадженні та вдосконаленні кримінально-правових норм про спеціальну конфіскацію відіграє і неодмінність забезпечення реалізації вимог ЄС стосовно виконання Плану дій щодо лібералізації ЄС візового режиму для України [План дій для України на 2015–2017 роки GR-DEM (2015)2 від 13 січня 2015 року [5], невід'ємною частиною якого є необхідність імплементації Директиви ЄС від 3 квітня 2014 року 2014/42/EU про арешт і конфіскацію предметів злочинної діяльності та доходів від неї в ЄС.

Надання спеціальній конфіскації майна статусу іншого заходу кримінально-правового характеру обумовлено не лише міжнародним досвідом регулювання подібних суспільних відносин, а й необхідністю виконання Україною низки міжнародно-правових документів, які містять рекомендації та зобов'язання із запровадження спеціальної конфіскації майна у нормах національного законодавства.

Окрім того, формування нормативно-правової конструкції спеціальної конфіскації як особливого, іншого заходу кримінально-правового характеру є важливою юридичною гарантією реалізації європейських принципів, які передбачають, що конфіскації мусить підлягати лише те майно, яке було засобом або знаряддям вчинення злочину, або якщо майно було здобуте злочинним шляхом [6, с. 810]. Тобто «нова» спеціальна конфіскація по суті повинна стати гарантією дотримання принципу непорушності права приватної власності та реалізації конституційних прав особи.

Отже, спеціальна конфіскація майна як захід кримінально-правового характеру, але за умови подальшого удосконалення його правової регламентації може стати дієвим та ефективним засобом попередження злочинності в умовах сучасної дійсності.

Використана література:

1. Стрельцов Є.Л. Спеціальна конфіскація у світлі кримінально-правових та кримінально-процесуальних постулатів / Є.Л. Стрельцов, І.І. Чугуников, І.В. Глов'юк // Юридичний Вісник України. 2016. № 16. - С. 6-7;
2. Орловська Н.А. До питання про предмет спеціальної конфіскації / Н.А. Орловська // Новітні кримінально-правові дослідження - 2016. - С. 44-47;
3. Михайлов В.И. Конфискация в национальном и международном уголовном и уголовно-процессуальном праве / В.И. Михайлов / Законодательство. 2007. № 3. - С. 71-78;
4. Конвенція Ради Європи про відмивання, пошук, арешт та конфіскацію доходів, одержаних злочинним шляхом, та про фінансування тероризму від 16 травня 2005 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_948.
5. План дій для України на 2015–2017 роки GR-DEM (2015)2 від 13 січня 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?docId=09000016802f600d>.
6. Баулін Ю. В. Вибрані праці / Ю. В. Баулін. – Х.: Право, 2013. – 928 с.

Макаренко Н. О.

к. е. н., доцент, доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Вервець Р.Я.

студент спеціальності 075 «Маркетинг»

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Між елементами логістичної системи є істотні зв'язки, які із закономірною необхідністю визначають інтеграційні якості системи. Зв'язки між елементами логістичної системи певним чином упорядковані, тобто логістична система має організацію. Логістична система володіє інтеграційними якостями, не властивими жодному з елементів окремо. Це здатність поставити потрібний товар у потрібне місце необхідної якості з мінімальними витратами, а також здатність адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що змінюється.

Складність логістичної системи характеризується такими основними ознаками, як наявність великої кількості елементів (ланок); складним характером взаємодії між окремими елементами; складністю функцій, виконуваних системою; наявністю складно організованого управління; дією на систему великої кількості стохастичних чинників зовнішнього середовища. Логістичній системі властива ієрархічність, тобто підпорядкованість елементів нижчого рівня (порядку, рангу) елементам вищого рівня в плані

лінійного або функціонального логістичного управління [1, с.418].

Встановлено, що до основних задач підсистем логістичної системи належать наступні: організація та управління закупівлями; організація складського господарства та управління вантажопереробкою всередині «складського простору»; управління запасами; організація та управління транспортним процесом; організація та управління виробничим процесом; організація та управління розподілом матеріальних потоків; організація та управління збутом; організація та управління інформаційними потоками; організація та управління процесом виконання логістичних операцій.

Для того щоб визначити найбільш оптимальну логістичну систему, потрібно розробити її проект. Проектування починається з всебічної оцінки поточної ситуації. Це потрібно для того, щоб оцінити зовнішнє середовище, проаналізувати існуючу систему і зрозуміти, які зміни необхідні. На керівництві підприємства лежить велика відповідальність за вибір стратегії, яка впорядковує логістичний процес. Це пояснюється тим, що логістичний підхід вимагає проведення докорінних змін в структурі підприємства, перехід до більш гнучких організаційних структур та створення спеціалізованих служб транспортно-складського господарства. Логістичний підхід до управління матеріалопотоками дає можливість найкраще оптимізувати виконання комплексу логістичних операцій (скорочення втрат). Саме за допомогою такого підходу поліпшується якість випущеної продукції, оптимізуються запаси, покращуються відносини з постачальниками, скорочується чисельність допоміжних робітників, поліпшується використання виробничих і складських площ, знижується травматизм [2, с.91].

При формуванні логістичної системи управління потоками необхідно базуватися на п'яти фундаментальних принципах теорії управління і трьох додаткових принципах, притаманних логістичним системам: гнучкості логістичної послідовності проектування; постійного узгодження на всіх ланках логістичного ланцюга інформаційних, енергетичних, ресурсних та інших характеристик систем; принципі єдності цілей всієї системи та її окремих підсистем (модулів).

Для формування оптимальних логістичних систем застосовують системний підхід, який окрім вже описаної вище методології володіє рядом переваг в порівнянні з класичним (індуктивним), коли систему формують з компонентів шляхом їх функціонального злиття. При системному підході в основі формування лежить кінцева мета, заради якої створюється система. Послідовність формування системи при застосуванні розглянутого підходу представлена на рис. 1.

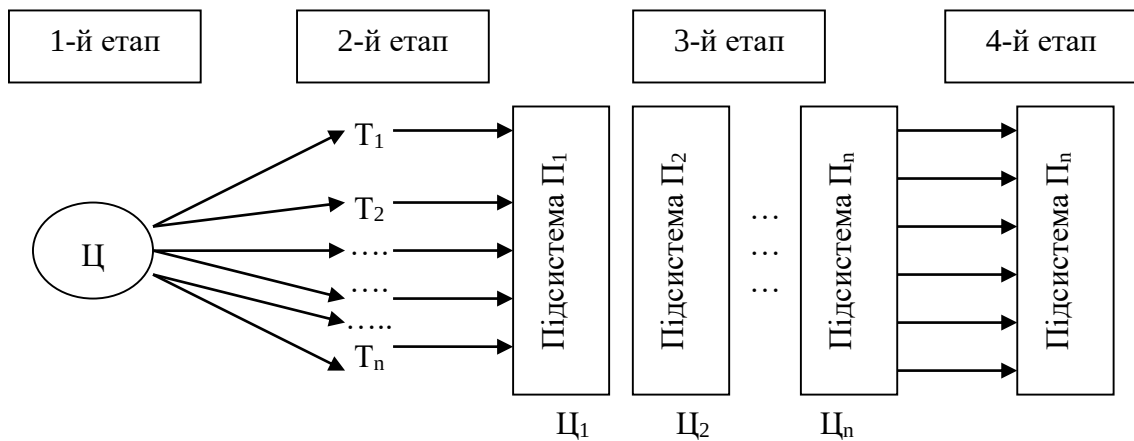


Рис. 1. Схема формування логістичної системи при системному підході

Джерело:[3]

У цій послідовності можна виділити кілька етапів.

1 етап. Визначаються і формулюються цілі (Ц) функціонування системи.

2 етап. На підставі аналізу мети функціонування системи і обмежень зовнішнього середовища визначаються вимоги $T_1, \dots, T_n$, яким повинна задовольняти система.

3 етап. На базі цих вимог формуються (орієнтовно) деякі підсистеми з своїми підцілями $Ц_1, \dots, Ц_n$.

4 етап. Найбільш складний етап синтезу системи: аналіз різних варіантів і вибір підсистем, організація їх у єдину систему. При цьому використовуються критерії вибору. У логістиці одним з основних методів синтезу систем є моделювання [3, с.111-112].

Елементи логістичних систем різноякісні, але одночасно сумісні. Працює забезпечується єдністю цілі, якій підпорядковане функціонування логістичних систем. Властивості зв'язків між елементами логістичної системи з закономірною необхідністю визначають інтегративні якості і проявляються в інформаційній взаємодії. У макрологістичних системах основу зв'язку між елементами складають договір та його інформаційна підтримка. У мікрологістичних системах елементи пов'язані внутрішньовиробничих відносинами, але теж мають інформаційний характер. Властивість організаційної структури також реалізує зв'язки між елементами логістичної системи певним впорядкованим чином, показує її системний характер [4].

У той же час властивість логістичної системи проявляти інтегративні якості характеризує систему як живу організацію, яка створює нові функціональні можливості. Це здатність поставити потрібний товар у потрібний час, в потрібне місце, необхідної якості, з мінімальними витратами, а також здатність адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища. Інтегративні якості логістичної системи дозволяють їй закуповувати матеріали, пропускати їх через свої виробничі потужності і видавати в зовнішнє середовище, досягаючи при цьому заздалегідь намічених цілей.

Логістичну систему, здатну відповісти на що виникає попит швидкої поставкою потрібного товару, можна порівняти з живим організмом. М'язи цього організму - підйомно-транспортна техніка, а центральна нервова система - це мережа комп'ютерів на робочих місцях учасників логістичного процесу, організована в єдину інформаційну систему. Даний організм здатний адаптуватися, пристосовуватися до збурень зовнішнього середовища, реагувати на неї в тому ж темпі, в якому відбуваються події (рис. 2).

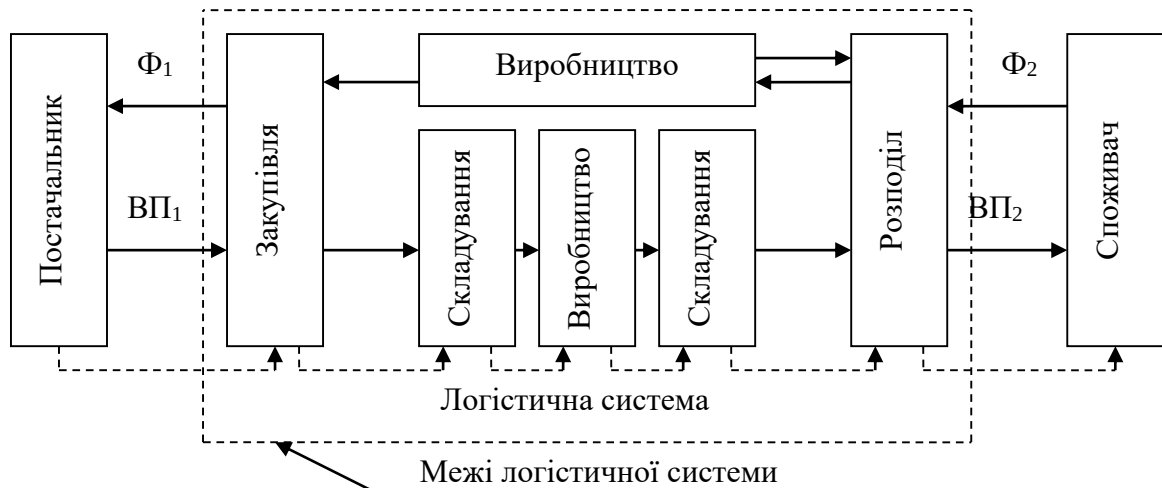


Рис. 2 Структура і межі логістичної системи

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

Межі логістичної системи визначаються циклом обігу засобів виробництва. Спочатку закуповуються засоби виробництва, фінансові кошти (Φ_1). Вони у вигляді матеріального потоку ($ВП_1$) надходять в логістичну систему, складуються, обробляються, знову складуються і потім йдуть із системи в споживання у вигляді потоку ($ВП_2$) на що надходять у логістичну систему фінансові ресурси від споживача (Φ_2). Ефективність функціонування такої системи визначається співвідношенням фінансових коштів Φ_2 і Φ_1 таким чином, що якщо $\Phi_2 > \Phi_1$ то якісні показники $ВП_2$ краще показників $ВП_1$.

Таким чином, формування системи оцінювання ефективності логістичного управління в системі економічної безпеки суб'єктів господарювання є одним з найважливіших напрямків на шляху подолання багатьох деструктивних явищ в національній економіці. Прогресивні технологічні системи та світоглядно-методологічне осмислення ефективності логістичного управління в системі економічної безпеки є визнаним інструментом інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1. Економіка логістичних систем: монографія / [М. Васелевський]; за заг. ред. Є. Крикавського. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2008. 596 с.
2. Мороз О. Д. Регіональні логістичні системи: економічна суть та принципи формування. Збірник наукових праць Черкаського ДТУ. Серія:

Економічні науки. 2009. № 19. С. 68-75.

3. Логістичний підхід як загальнонаукова методологія досліджень. URL: http://allscience.info/load/dopovidi/logistika/logistichnij_pidkhid

4. Дикань В.Л., Панчишин Я.М. Основи логістичної інтеграції при формуванні логістичних систем. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 26. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2009_26/09dvldpr.pdf

5. Окландер М.А. Логістична система підприємства: монографія. Одеса: Астропринт, 2004. 312 с.

Малецька О.І.

*к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний аграрний університет,
м. Львів, Україна*

Ціцька Н.Є.

*к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний аграрний університет,
м. Львів, Україна*

ТРАНСФЕРНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Для виконання вимог законодавства платникам податків необхідно організувати процес зі збору та обробки інформації про ціни, перевірки відповідності цін контрольованих операцій ринковому рівню, підготовки і подання всієї необхідної документації до податкових органів у встановлені терміни. Кращим способом вирішення подібних завдань є розробка методології трансфертного ціноутворення, ефективних бізнес-процесів і організаційної структури з метою дотримання вимог законодавства з трансфертного ціноутворення.

Трансфертне ціноутворення - збут товарів або послуг взаємозалежними особами по внутрішньофірмовим, відмінним від ринкових, цінами. Такі ціноутворення дозволяють перерозподіляти загальний прибуток на користь осіб, які перебувають в державах з більш низькими податками. Це найбільш проста і поширена схема міжнародного податкового планування, що має на меті мінімізацію сплачуваних податків. Трансфертні ціни є об'єктом контролю фіскальних органів держави.

Принцип ТЦУ заснований на використанні відмінностей у податкових режимах різних країн за взаємною згодою партнерів. Договір виконується таким чином, щоб у контрагента з великим рівнем оподаткування декларувалися збитки або мінімальний прибуток, а у контрагента з низькими податковими ставками - максимальний прибуток. Фактично контрагент країни з низькими податками виступає «прокладкою», на якій формується додана вартість. Трансфертне ціноутворення (ТЦУ) - це, кажучи простими словами, спотворення ціни угоди з метою мінімізації податків.

Принцип ТЦУ заснований на використанні відмінностей у податкових режимах різних країн за взаємною згодою партнерів. Договір виконується таким чином, щоб у контрагента з великим рівнем оподаткування декларувалися збитки або мінімальний прибуток, а у контрагента з низькими податковими ставками - максимальний прибуток. Фактично контрагент країни з низькими податками виступає «прокладкою», на якій формується додана вартість.

Для всього світу питання трансфертного ціноутворення стало актуальним з моментом появи транснаціональних корпорацій і розвитку міжнародної торгівлі в кінці ХХ століття. Для України ТЦУ розвивалось разом з розвитком і становленням фінансово-промислових груп.

Сьогодні серед європейських країн, український механізм контролю ТЦУ вважається одним із самих слабких. Інакше кажучи, налагодження схеми виведення капіталу з України не є складним або критичним процесом.

В іноземному досвіді варто відзначити, що більшість країн у законодавстві про ТЦУ використовують Рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), викладені в керівництві ОЕСР з ТЦУ для багатонаціональних корпорацій та податкових служб.

Родоначальником ТЦУ є США. В американському податковому кодексі діє концепція "витягнутої руки", яка дозволяє оцінити угоди взаємозалежних осіб з точки зору того, як би незалежні особи будували взаємини в аналогічних умовах.

З 1999 року ця концепція застосовується у Росії. А з 2015 року - і в Україні. В РФ механізм ТЦУ передбачає встановлення підстав для контролю, визначення ринкової ціни ідентичних товарів (робіт, послуг), порівняння цін. При виявленні відхилення більше 20 % виноситься рішення про донарахування податку виходячи з ринкових цін. Позитивним моментом в російському законодавстві є можливість самостійного коригування по несплаченому податку.

Податковий кодекс Франції звільняє податкові органи від зобов'язання доводити існування залежності угод і відповідного контролю в разі трансферту прибутку підприємствами, розміщеними на території іноземної держави з пільговим режимом оподаткування. Разом з тим, законодавство зобов'язує підприємства співпрацювати з податковими органами щодо документації з питань трансфертного ціноутворення.

Норвегія контролює потоки капіталів шляхом посиленого контролю над сплатою податків норвезькими корпораціями в інших країнах.

В Казахстані контроль за ТЦУ проводиться шляхом постійного моніторингу і перевірок. Певні категорії товарів і послуг виступають об'єктом посиленого моніторингу. Податкові органи в контролі даної сфери мають серйозні повноваження (право запитувати інформацію державних органів, банків, страхових компаній, аудиторських компаній, учасників ринку цінних

паперів тощо). Встановлення факту розбіжності ціни розглядається як підстава для проведення коригування з урахуванням передбачених штрафів і пені.

В Португалії, Іспанії, Аргентині, Бразилії передбачені додаткові підстави для ініціювання податкового контролю трансфертних цін за умови правочину з резидентом «податкової гавані». В Австралії і Канаді додатковою підставою є факт порушення принципу «витягнутої руки». Законодавство Білорусі передбачає сплату офшорного збору.

Український бізнес якусь видимість контролю за ТЦУ почав спостерігати з літа 2013 року. А з 1 вересня 2013 року в Податковий кодекс були введені поняття трансфертної ціни, контрольованих операцій, з'явилися критерії визначення і система штрафів. Закон від 4 липня 2013 року №408-VII «Про внесення змін до податкового кодексу України щодо трансфертного ціноутворення» фактично став індикатором еволюції «звичайної ціни» до «трансфертної ціни».

З 1 січня 2015 року питання ТЦУ законодавчо ще більш зміцнилось, узагальнивши кращі стандарти світової практики і стало максимально близьким до керівництва ОЕСР з ТЦУ для багатонаціональних корпорацій та податкових служб.

У Податковому кодексі України відображений вищезгаданий принцип «витягнутої руки», уточнено критерії «пов'язаності осіб», змінено умови визначень контрольованих операцій, проведена загальна систематизація нормативної бази.

Система регламентації питань ТЦУ не може бути діючою без забезпечення якісного механізму контролю. А в цьому напрямку за два роки існування ТЦУ не зроблено рівним рахунком нічого.

Наприклад, немає виписаних процедур контролю. У податкових органах станом на поточну дату не існує методики аналізу та контролю щодо ТЦУ. Спочатку відповідальним за питання ТЦУ був департамент податкового та митного аудиту Державної фіскальної служби (Міндоходів), функціональні особливості якого передбачає не тільки організацію і проведення перевірок контрольованих операцій.

Це означало, що співробітники департаменту не мали можливості моніторити ціни, адмініструвати операції, розробляти методологічне забезпечення і т. д. Зрештою, підрозділ, в особі відділу контролю за ТЦУ навіть фізично не могло впоратися із завданнями і процедурами, передбаченими Податковим кодексом.

На даному етапі, в тому числі, в рамках податкової реформи, ДФС лише регламентується структура і повноваження осіб, відповідальних за контроль над ТЦУ.

Методика механізму контролю за ТЦУ - на тому ж рівні. Так, наказ Мінфіну «Про затвердження Порядку проведення моніторингу контрольованих операцій та Порядку опитування уповноважених, посадових

осіб та/або співробітників платника податків з питань трансфертного ціноутворення» з 24 березня 2015 року перебуває на стадії проекту.

Отже, головними стримуючими важелями в механізмі трансферного ціноутворення є відсутність процедур контролю та відсутність у влади бажання розробляти і удосконалювати такі процедури.

Список використаних джерел

1. Малецька О.І. Проведення перевірок з питань дотримання платниками податків принципу «витягнутої руки». *Сталий розвиток країни в рамках Європейської інтеграції: тези Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Житомир, 9 лист. 2017 р). Житомир: ЖДТУ, 2017. С.129.
2. Трансферне ціноутворення. URL.: <https://uk.wikipedia.org>
- 3
- .

Що Малишев В.І.,
о магістрант спеціальності «Менеджмент»
ОП «Адміністративний менеджмент»
т Сумський національний аграрний університет
а м. Суми, Україна
к Шумкова О.В.,
е к.е.н., доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу
т Сумський національний аграрний університет
р м. Суми, Україна
а
н

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На сучасному етапі розвитку стратегічне управління має стати основою
одночасно інструментом ефективного довгострокового розвитку
підприємства будь-якої галузі для вирішення перспективних економічних
завдань і досягнення соціально-економічної результативності.

Стратегічне управління виконує велику кількість завдань, які
включаються стратегічного аналізу, реалізації, розробки та контролю за
виконанням стратегій підприємств. В цілому, стратегічне управління – це
найбільш широке (комплексне) поняття, що містить стратегічний маркетинг,
стратегічне або довгострокове планування, контроль реалізації стратегії.

Різні підходи до стратегічного управління на конкретному підприємстві
потребують однак чіткого уявлення загальної сутності цього процесу і
інтегральної мети стратегічного управління.

Мета стратегічного управління – створення такої динамічної системи
управління, яка в умовах нестабільності і швидких змін середовища за
допомогою розробки і впровадження ефективних стратегій забезпечила б
високу конкурентоспроможність підприємства і досягнення ним
довгострокових стратегічних цілей.[2 с.178]

е
н
н
я

Для реалізації головної мети стратегічного управління будь-якій організації необхідно:

- мати надійні джерела інформації у всіх компонентах зовнішнього середовища;
- мати у своєму розпорядженні ефективні засоби збору, передачі та обробки інформації;
- бути впевненим у цілісності своєї стратегічної інформації;
- мати у своєму розпорядженні розвинуті засоби розробки програмного забезпечення;
- мати комплекс методів і моделей, що забезпечують необхідне опрацювання стратегічної інформації;
- мати чітко побудовану адміністративну структуру, яка оперативно приймає стратегічні рішення на основі зібраної та опрацьованої інформації.[1 с.165]

Створення власної стратегії на підприємстві неможливе без стратегічного мислення. Його сутність полягає в усвідомленні мети розвитку підприємства, способів її досягнення, в обов'язковому і швидкому реагуванні на зміни, що відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі, у формуванні і реалізації стратегій. Загалом, концепція стратегічного управління лежить в основі стратегічного мислення і знаходить вираз у певних характерних рисах її застосування:

1. Базується на певному поєднанні теорії: системному, ситуаційному та цільовому підходах до діяльності підприємства, що трактується як відкрита соціально-економічна система.

2. Орієнтує на вивчення умов, в яких функціонує підприємство. Це дозволяє створювати адекватні цим умовам системи стратегічного управління, що будуть відрізнятись одна від одної залежно від особливостей підприємства та характеристик зовнішнього середовища.

3. Концентрує увагу на необхідності збору та застосуванні баз стратегічної інформації. Аналіз, інтерпретація та застосування інформації для прийняття стратегічних рішень дає змогу визначити зміст та послідовність дій щодо змін на підприємстві завдяки зменшенню невизначеності ситуації.

4. Дозволяє прогнозувати наслідки рішень, що приймаються, впливаючи на ситуацію шляхом відповідного розподілу ресурсів, встановлення ефективних зв'язків та формування стратегічної поведінки персоналу.

5. Передбачає застосування певних інструментів та методів розвитку підприємств (цілей, «дерева цілей», стратегій, «стратегічного набору»), стратегічних планів, проектів і програм, стратегічного планування та контролю. [2 с. 260]

Особливість стратегічного управління полягає в тому, що на підприємствах, з одного боку, існує чітко виділене і організоване, так зване «формальне» стратегічне планування, а з іншого боку, структура управління підприємства, механізми взаємодії окремих підрозділів побудовані так, щоб забезпечити розробку довгострокової стратегії та її реалізацію через поточні

виробничо-господарські плани. Тобто стратегічне управління включає два основні процеси:

- 1) стратегічне планування (визначення головних цілей організації, ресурсів, необхідних для їх досягнення, та політики, направленої на придбання та використання цих ресурсів);
- 2) тактико-оперативне управління реалізацією сформульованої стратегії.

Процес стратегічного управління загалом складається з трьох взаємопов'язаних етапів:

- підготовчого, який слугує основою інформаційного забезпечення розробки стратегії;
- головного етапу - етапу розробки стратегії;
- заключного етапу – етапу реалізації, корегування і зворотного зв'язку.

На кожному з вище перелічених етапів реалізуються певні функції:

1. Стратегічний аналіз і прогнозування зовнішнього й внутрішнього середовища організації.
2. Стратегічне планування.
3. Стратегічна організація і мотивація, контроль і регулювання. [3 с.300]

На сьогодні стратегічне управління найбільше стосується питання розроблення стратегій діяльності підприємства. Для того, щоб правильно сформулювати стратегію, необхідно знати, які види стратегій існують взагалі і які з них можуть бути вибрані для конкретного підприємства за тих чи інших обставин. Це потребує детального розгляду та вивчення можливостей застосування різних видів стратегій підприємства.

У сучасних умовах господарювання можна виділити декілька основних підходів до процесу розробки стратегій розвитку підприємства:

1. Контроль витрат. Основою таких стратегій є зменшення власних витрат порівняно з конкурентами шляхом постійного та суцільного контролю над витратами.

2. Стратегія диференціації, суть якої полягає в концентрації організацією своїх зусиль на певних пріоритетних напрямках, де вона намагається отримати якнайбільше переваг. Ці напрями можуть бути різними, тому варіантів такої стратегії на практиці існує дуже багато.

3. Стратегія фокусування. У цьому разі підприємство цілеспрямовано орієнтується на певне коло споживачів або на обмежену частину асортименту продукції, або на окремий ринок. [1 с.164, 2 с.320]

Формування вдалої стратегії залежить від постійного аналізу таких елементів підприємства як фінансовий стан організації, який визначає, яку стратегію вибере керівництво в майбутньому; виробництво - має велике значення для своєчасної адаптації внутрішньої структури організації до змін зовнішнього оточення і її виживання в конкурентному середовищі; персонал; організаційна культура та імідж організації.

Умовами успіху реалізації стратегії вважаються: забезпечення відповідності стратегії середовища; впевненість персоналу й менеджерів у

своїх здібностях; готовність фірми до змін. Проблемами, пов'язаними з реалізацією стратегії, є: її невідповідність структурі фірми; високий ризик; відсутність навичок; слабкість інформаційних систем; недосконалість методів діяльності

Таким чином, постійне прагнення підприємств вирішити питання довгострокового планування та розвитку потребує застосування методів та моделей стратегічного управління, що засновані на різноманітних підходах.

Список використаних джерел

1. Бруханський Р.Ф. Аналіз вимог системи стратегічного менеджменту до побудови стратегічноорієнтованої системи бухгалтерського обліку / Р.Ф. Бруханський // Вісник ЖДТУ / Серія : Економічні науки. – 2014. – № 1 (67). – С 163–169.
2. Герасимчук В.О. Стратегічне управління підприємством / В.О. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2013. – 360 с.
3. Кобелєв В. М. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства / В. М. Кобелєв, Ю. В. Захарченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 42. – С. 297-303.

Мармуть Л.О.

д.е.н., професор, професор кафедри економіки

Кучеренко С.Ю., Леваєва Л.Ю.,

к.е.н., доценти, доценти кафедри економіки

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»

м. Переяслав-Хмельницький, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ РИНКУ ПРАЦІ НА СЕЛІ НА ЗАСАДАХ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ

Для розвитку демографічної ситуації на селі, ринку праці аграрної сфери економіки характерні значні деформації, погіршення структури й відсутність позитивної динаміки та якісних змін. Вивільнення працівників аграрних підприємств досягло величезних масштабів і склало, за різними оцінками, від 5,0 до 7,0 млн. осіб. Таку кількість людей за короткий період не можливо працевлаштувати навіть шляхом залучення потенціалу міських підприємств, самозайнятості в особистих домогосподарствах, імміграції за кордон. Тому важливе значення має організація альтернативних видів діяльності на селі.

В якості її альтернативних видів пропонується розвивати органічне землеробство; народні промисли й ремесла, ужитково-прикладне мистецтво; переробні підприємства (міні-пекарні, олійниці, крупорушки, міні-сироварні, м'ясопереробні цехи тощо); соціально- та виробничо-інфраструктурні заклади й організації [1, с. 254]. При цьому підприємства сільського зеленого туризму мають пріоритети як такі, що не потребують додаткових капіталовкладень та можуть формуватися будь-якою сільською родиною.

Як показує світовий досвід, сільськогосподарська зайнятість буде скорочуватися і надалі. Тому тільки зростання несільськогосподарського сектора дозволить знизити безробіття, диверсифікувати джерела доходу в сільській місцевості, сприяючи зростанню добробуту сільських жителів та збереженню сільських населених пунктів. Прискорений розвиток несільськогосподарської зайнятості, яка б абсорбувала робочу силу, що вивільняється з сільськогосподарських підприємств і домогосподарств, дозволить істотно розширити сферу залучення трудових ресурсів села [2, с. 93].

Це також сприятиме згладжуванню міжсезонного характеру праці в аграрних підприємствах, формуванню багатогалузевої структури зайнятості працівників. Він дасть можливість уповільнити темпи і мінімізувати негативні наслідки сільської міграції; створити умови для закріплення молоді на селі за рахунок розвитку виробництв, які вимагають високої кваліфікації. Також можливо підвищити доходи сільських жителів і, таким чином, знизити рівень бідності, підвищити мобільність робочої сили через поширення інформації про ситуацію на локальних ринках праці. Нарешті, буде сформована занятість, орієнтована на ціннісні установки й інтереси різних соціальних верств сільського населення.

Важливою є державна підтримка та сприяння розвитку як сільського господарства, так і несільськогосподарських видів економічної діяльності, що сприятиме соціально-економічному розвитку зайнятості населення сільських територій [3, с. 139]. На загальнодержавному рівні необхідно розробити заходи для поетапного переходу з переважно монофункціональної моделі розвитку сільської економіки до поліфункціональної та диверсифікованої.

З метою розвитку економіки сільських територій та розширення ринку праці для сільських жителів нами запропоновано створення підприємств сільського зеленого туризму. При активному розвитку унікальних та конкурентоспроможних напрямів сільського зеленого туризму, для здійснення яких сільські території використовуються як перевага, а не трактуються як недолік, можливим є вихід на достатньо високий рівень прибутковості. Це дасть поштовх до подальшого розвитку сільської місцевості та виникнення суміжних чи обслуговуючих суб'єктів підприємництва.

Список використаних джерел

1. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки»*. Т. 12, № 1 (43). Львів, 2010. С. 252-255.
2. Кудінова І.П. Зелений туризм як один із напрямів розвитку підприємництва в сільській місцевості. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. К. 2008. № 124. С. 91-96.

З. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 266 с.

*Мартосенко М.Г.
к.т.н., заступник завідувача відділу товарознавчих та
гемологічних досліджень
Полтавський науково-дослідний експертно-
криміналістичний центр МВС України, м. Полтава,
Україна*

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗИ ГЕЛЮ ДЛЯ ДУШУ «COCONUT WATER» БРЕНДУ ВИРОБНИКА «FA»

Вже давно минули ті часи, коли вибір гігієнічних засобів на полицях магазинів обмежувався лише туалетним і господарським милом. Сучасні виробники парфумерно-косметичної продукції радують нас широким асортиментом продукції на будь-який колір, смак і гаманець. Одних гелів для душу з найрізноманітнішими запахами і добавками неможливо перелічити.

Сьогодні виробники косметики пропонують покупцям величезну кількість різноманітних гелів для душу. На полицях магазинів з'являються нові гелі для душу, які мають у своєму складі корисні компоненти, здатні справити позитивний вплив на шкіру. Сьогодні існує маса різних гелів для душу, які задовольняють, крім основної потреби в очищенні, масу інших потреб – доглядають за шкірою, зволожують її, допомагають боротися з целюлітом, доставляють естетичну насолоду за допомогою різноманітних ароматів та ін.

Широкий асортимент засобів для очищення шкіри та високий попит на таку продукцію у споживачів сприяють продажу нелегальної продукції. Крім того, ринок косметичної продукції в Україні є непрозорим через дії дистриб'юторів. Рівень розвитку українського ринку і непрозорість правил торгівлі у парфумерно-косметичній галузі сприяє хаотичному поширенню будь-яких брендів.

Продаж нелегальної косметичної продукції є надзвичайно поширеним явищем, масштаби якого не просто великі в порівнянні з легальним ринком, а й цілком можуть його перевершувати. Можна говорити про «паралельний» імпорт, неякісні імітації продукції відомих марок і відверті підробки. Фальсифіковану продукцію зазвичай реалізують через роздрібну торгівлю та мережі лотків, а також ринки.

За такого стану косметичного ринку гостро постають питання якості продукції, її безпеки для споживача і навколишнього середовища. При такій великій насиченості ринку України гелями для душу закордонного виробництва, проведення товарознавчої експертизи є актуальним та нагальним питанням.

Об'єктом товарознавчої експертизи є зразок гелю для душу «Coconut Water» бренду виробника «FA».

Питання товарознавчої експертизи були визначені ініціатором проведення товарознавчої експертизи:

1) чи відповідає маркування гелю для душу «Coconut Water» бренду виробника «FA» вимогам ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання?

2) чи відповідають органолептичні показники гелю для душу «Coconut Water» бренду виробника «FA» вимогам ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови?

3 метою організації надання об'єктивного, достовірного і обґрунтованого експертного висновку експертами була розроблена програма товарознавчої експертизи зразка гелю для душу «Coconut Water» бренду виробника «FA», яка включала наступні етапи:

1) аналіз наданих документів ініціатором проведення експертизи;

2) ідентифікація об'єкта дослідження (ідентифікація об'єкта дослідження описовим методом, характеристика та аналіз засобів маркування);

3) дослідження об'єкта (підбір методів і методик дослідження, аналіз стану та реквізитів маркування, органолептичне дослідження);

4) документальне оформлення результатів товарознавчої експертизи.

Зразок наданий на дослідження упакований в споживчу тару. Споживча тара об'єкта дослідження являє собою тару з корпусом, що забезпечує видавлювання вмісту, з вузькою горловиною, яка закупорюється бушоном, і дном, яке закривається після наповнення продукції, тобто це туба. Зразок наданий на експертизу упакований в тубу прозорого кольору, яка забезпечує збереженість споживних властивостей і товарного виду під час транспортування, зберігання та використання протягом терміну придатності.

На експертизу надано косметичний засіб у вигляді структурованої дисперсної драгледоподібної системи із вмістом поверхнево-активних речовин та корисних біологічно активних добавок для очищення шкіри під час миття у душі та (чи) ванні, тобто гель для душу.

Першим етапом товарознавчої експертизи був аналіз маркування та пакування об'єкта експертизи на відповідність вимогам ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання [1].

Проведений аналіз показав, що маркування об'єкта експертизи чітке, зрозуміле для сприйняття, фон етикетки та текст, який нанесений на неї, за кольором і відтінками не поглинають один одного. Інформація нанесена державною мовою, чітко, легко читається, але занадто дрібним шрифтом, що ускладнює його сприйняття споживачами.

Проте, перевірка правильності нанесення маркування та повноти

інформації дозволила виявити порушення вимог ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання [1] щодо наявності необхідної інформації про об'єкт товарознавчої експертизи, а саме встановлено відсутність інформації про: код (номер) партії ПК продукції; позначку нормативного документу, згідно з яким виготовлено виріб; інформацію щодо сертифікації косметичного виробу.

Таким чином, виконавши перший етап дослідження було отримано відповідь на перше питання експертизи, а саме маркування зразка гелю для душу «Cocoonut Water» бренду виробника «FA» не відповідає вимогам ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання.

На наступному етапі товарознавчої експертизи були проведено лабораторні дослідження показників споживних властивостей об'єкта товарознавчої експертизи. Органолептичні дослідження якості зразка гелю для душу «Cocoonut Water» бренду виробника «FA» проводили за показниками, що регламентуються ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови [2] та ДСТУ 5009:2008 Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб. Методи органолептичних випробувань [3]. Органолептична оцінка зразка гелю для душу «Cocoonut Water» бренду виробника «FA» включала перевірку стандартних показників (зовнішній вигляд, колір, запах).

За результатами дослідження органолептичних показників зразка гелю для душу «Cocoonut Water» бренду виробника «FA» встановлено:

- 1) зовнішній вигляд – однорідна гелеподібна маса без сторонніх включень;
- 2) колір – прозорий з світло синім відтінком
- 3) запах – приємний квітково-фруктовий аромат, доволі солодкий.

Таким чином, зразок гелю для душу «Cocoonut Water» бренду виробника «FA» не має жодних відхилень від вимог нормативної документації і повністю відповідає вимогам п. 4 ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови за органолептичними показниками.

Список використаної літератури

1. ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання. Київ, 2009. 10 с.
2. ДСТУ 4315:2004 Засоби косметичні для очищення шкіри та волосся. Загальні технічні умови. Київ, 2005. 12 с.
3. ДСТУ 5009:2008 Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб. Методи органолептичних випробувань. Київ, 2009. 8 с.

Марченко О.О.

*аспірант кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровський державний технічний університет*

м.Кам'янське, Україна

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В практиці управління персоналом в останні роки чітко простежується переплітання різних його моделей: американської, японської і західноєвропейської. В цьому проявляється процес інтернаціоналізації сучасного менеджменту.

Американське управління характеризується підходом до людини як до робочої сили, одного із засобів досягнення мети компанії, з акцентом на індивідуалізм, особисте прийняття рішень на основі службових повноважень, концентрацію на поняттях самовідповідальності та самоствердження, здійснення короткотермінового найму. Американським фірмам властиві капіталоцентризм, швидка оцінка та кар'єрне зростання персоналу, спеціалізація діяльності, формальні, кількісні методи оцінки персоналу [1, с.24]. Основною рисою американського підходу до управління персоналу є знання безпосередніх начальників не тільки своїх підлеглих, але й працівників нижчого рівня управління свого підрозділу.

Служби управління персоналом займають одне з провідних місць у керівному апараті як державних установ, так і приватних компаній у Німеччині. Їх діяльність спрямована на: забезпечення усіх ділянок виробництва необхідними працівниками; розробку заходів щодо стимулювання працівників та їх спрямування на високопродуктивну та ефективну працю, забезпечення безперервної освіти та підвищення кваліфікації всіх працівників. Відзначається досить висока чисельність спеціалістів підрозділів з управління персоналом у державному секторі порівняно з приватним.

В Китаї управління персоналом здійснюється в таких напрямках:

– управлінська ідеологія «людина-основа», що передбачає формування лояльності персоналу до організації. Лояльність залежить не тільки від матеріальних благ але й від культури організації. Заробітна платня та винагороди є основою для задоволення матеріальної потреби безпеки персоналу. Цілі організації, система управління, корпоративний дух, імідж та інші культурні фактори є основою для лояльності персоналу до організації. Вони задовольняють самореалізацію, самовдосконалення, повагу та інші духовні потреби персоналу;

– персонал розглядається як стратегічний ресурс, в який необхідно вкладати капітал з погляду на стратегію розвитку підприємства;

– динамічного удосконалення системи стимулювання персоналу.

На відміну від американських та європейських, японські компанії являють собою значною мірою соціальні організації, кожна з яких має власну корпоративну філософію, що є одним з основних чинників визначення її

престижу в суспільстві. При цьому акцент робиться на такі поняття, як гармонія, співробітництво, взаємна довіра, внесок у покращення життя суспільства. Порівняння американської і японської моделей наведене у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Порівняння японської та американської моделей управління персоналом

США	Японія
1	2
Першорядне значення надається матеріально-технічному фактору. Людина – на другому плані як необхідний і неминучий додаток.	Людський фактор - на першому плані. Підвищена увага до працівників.
Слабке почуття лояльності. Працівник розглядає корпорацію, у якій працює, тільки як джерело особистого доходу і тому змушений приходити туди на роботу. Більше його практично нічого з нею не пов'язує.	Сильне почуття лояльності працівників і їх ототожнення себе з корпорацією, готовність до самообмеження в ім'я «своїєї» фірми.
Керівник у своїй роботі розраховує тільки на себе («самотній вовк»). Як правило, це яскраво виражена індивідуальність. Індивідуальна відповідальність за результати.	Керівник поводить себе як член єдиної команди. Яскраво виявляється дух корпоративності, «групи». Колективна відповідальність за результати.
У відносинах між персоналом заохочується незалежна поведінка.	У відносинах між персоналом заохочується взаємозалежність.
Короткостроковий найм. Висока плинність кадрів.	Довічний найм. Дуже низька плинність кадрів.
Швидке оцінювання кадрів і настільки ж швидке їх професійне просування. Якщо цього не відбувається, фахівці виявляють нетерпіння і замислюються про свою невдалу кар'єру і перехід в іншу фірму.	Грунтовна, розтягнута в часі оцінка кадрів і їх повільне, поступове професійне просування. Працівник спокійно очікує. Він упевнений, що зрештою його оцінять об'єктивно.
Працівник зорієнтований на вузьку спеціалізовану діяльність. Цінуються талант, видатні здібності, вміння швидко і добре виконувати конкретну роботу. Витрати на професійну підготовку невеликі. Переважають короткострокові види навчання і тренінги з конкретних видів діяльності.	Працівник зорієнтований на універсальний, неспеціалізований вид діяльності. Підготовка ведеться за широким профілем. Цінується розвинута гама особистісних якостей. Перевага надається тривалим і фундаментальним видам підготовки.
Формальні, кількісні механізми дотримання цілей і контролю.	Неформальні, тонкі механізми дотримання цілей і контролю.
Індивідуальне прийняття рішень, зверху вниз, швидко.	Колективне прийняття рішень, знизу нагору, неквапливо, з узгодженням.

Мінімальна участь робітників у справах фірми, у якій вони працюють. їм надають тільки ту інформацію, яка потрібна для виконання безпосередніх обов'язків.	Управлінський персонал і робітники спільно володіють інформацією про стан справ на фірмі, у якій працюють. Робітники максимальною мірою беруть участь у справах фірми (гуртки якості, самокеровані групи).
Між персоналом переважають формальні контакти, що диктуються виробничою необхідністю. Зміцнення і розвиток внутрішньо фірмових зв'язків не розглядається як фактор підвищення ефективності виробництва.	Переважають неформальні контакти серед персоналу. Керівництво свідомо заохочує і культивує різні форми інтенсивного внутрішньо фірмового спілкування.
Зміни здійснюються рішуче, «хірургічним методом».	Зміни заліснюються поступово, через окремі виправлення і поліпшення, «методом пасажу»
При оцінюванні працівника і його просуванні головним критерієм є особисті заслуги і якості лідера.	При оцінці працівника і його просуванні головним критерієм є старшинство й уміння ладити з людьми.
Компанії не вважають за доцільне надавати своїм працівникам соціальну допомогу. Поширений «принцип дикої качки» - тепличні умови негативно позначаються на здатності до активних дій і виживаності.	Сильно розвинена система соціальної допомоги і соціальних послуг, що надаються компанією своїм працівникам.

Джерело: [2, с.25]

В японських компаніях зазвичай існує два рівні управління персоналом – рівень компанії та індивідуальний рівень. На рівні компанії управління персоналом охоплює інституційні й формальні аспекти, крім того, одним з його завдань є надання допомоги управлінню персоналом на індивідуальному рівні, на якому всі працівники компанії мають займатись особистими та неформальними аспектами роботи з персоналом або гармонізацією міжособистісних відносин на місцях. В управлінні персоналом проводиться чітка відмінність між «білими комірцями» (працівників офісів) та «синіми комірцями» (працівниками фізичної праці). Японський менеджмент постійно використовує найбільш корисні концепції керування західних країн, їхні методи й техніку, пристосовуючи їх до своїх національних особливостей, зберігаючи й підсилюючи тим самим своєї цінності й сприяючи встановленню особливого стилю мислення й методів, властивим тільки японським менеджерам. Основними особливостями управління персоналом у японських компаніях є використання системи довічного найму, гнучкість розподілу робіт та мобільність працівників, зв'язок оплати праці з вислугою років, розвинені системи виробничого навчання персоналу, політика ротації кадрів, практика спільних консультацій працівників і підприємців, діяльність гуртків якості,

групову працю та колективне прийняття рішень, жорстка дисципліна на робочому місці, реалізація соціальних програм.

Японія першою у світі стала розвивати сучасний менеджмент на принципі «людської особистості», залучаючи всіх працівників до діяльності підприємств і фірм, до виготовлення якісної продукції з низькими витратами. У бідній природними ресурсами країні традиційно культивується принцип: «наше багатство – людські ресурси», відповідно до якого створюються умови для найбільш ефективного використання цих ресурсів.

Японська система менеджменту є найбільш ефективною в усьому світі по головній причині її успіху – уміння працювати з людьми.

Вивчивши досвід зарубіжних фірм найбільш оптимальними методами управління персоналом до застосування у практиці вітчизняних підприємств є:

- забезпечення безперервного розвитку персоналу та впровадження партисипативного управління;

- формування та підтримка творчої атмосфери, заохочення до розробки та обґрунтування впровадження інновацій та нових технологій, підтримка ініціативності працівників;

- інвестування капіталу не тільки в новітні технології, а й у персонал.

Вивчення зарубіжного досвіду дає можливість акцентувати увагу на таких питаннях:

- організація безперервного професійного розвитку як виробничого так і управлінського персоналу;

- створення стабільного колективу;

- необхідність відходу від системи показників до системи мотивації.

Базуючись на досвіді розвинених країн загальними принципами розвитку персоналу на вітчизняних підприємствах можуть бути: системи мотиваційного стимулювання менеджерів повинні бути конкурентоспроможними відносно інших компаній, з якими дана організація веде боротьбу за цінні кадри; механізм матеріального стимулювання повинен орієнтувати керівництво на досягнення кінцевих результатів як у власній роботі, так і в роботі підприємства і компанії в цілому; частину прибутку треба використовувати для гнучкого реагування на результати ділової активності в управлінні, тобто премії і додаткові виплати мають зростати у міру підвищення рангу керівника корпоративної ієрархії; надати можливість працівнику реалізувати накопичений досвід, професійні навички й життєві цінності, працюючи на благо компанії.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 468 с.
2. Крушельницька О.В. Управління персоналом: Навч. посібник /О.В.Крушельницька, Д.П.Мельничук. – Житомир: ЖГП, 2002. – 345 с.

*Мельник К. Д.
здобувач СВО «Магістр»*

*Ліпський Р. В.
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗКРИТТЯ У ЗВІТНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО ЄДИНОГО СОЦІАЛЬНОГО ВНЕСКУ

Сучасна українська нормативна база [3] з урахуванням чинника природного зростання кількості непрацездатних громадян в країні обумовлює значне навантаження на працююче населення. З урахуванням дітей і пенсіонерів, сьогодні один працюючий фактично утримує одного чи, навіть, більше непрацездатних громадян.

У подальшому не тільки пенсійна система, а й чинна система соціального забезпечення поступово припинить бути ефективною, бо вона не відповідає вимогам часу та потребує термінового реформування [2, 4].

Правильна організація розрахунків суб'єктів господарювання з органами державного соціального страхування потребує суворого дотримання фінансової дисципліни, вчасної сплати єдиного соціального внеску. Цим обумовлюється актуальність удосконалення системи обліково-звітної відображення процедур нарахування та справляння єдиного соціального внеску.

Підприємства аграрного сектора економіки України формують і подають звіт про суми нарахованої заробітної плати (доходу, грошового забезпечення, допомоги, компенсації) застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Відповідно до п. 2.2 Порядку № 22-2 Звіт подається одним із способів:

- в електронній формі з використанням електронного цифрового підпису через центр обробки електронних звітів згідно з Порядком подання звітів в електронній формі, зараз адміністрування сум ЄСВ провадять фіскальні органи;
- на паперових носіях, завірених підписом керівника страхувальника та скріплених печаткою (за наявності), разом з електронною формою на електронних носіях інформації;
- на паперових носіях, якщо у страхувальника кількість застрахованих осіб не більше п'яти.

Електронна форма звіту формується страхувальником з використанням спеціального програмного забезпечення.

Паперовий звіт подається в друкованому вигляді або заповнюється українською мовою друкованими літерами без помарок та виправлень

кульковою ручкою з синім або чорним чорнилом. У разі незаповнення того чи іншого рядка в звіті через відсутність операції цей рядок прокреслюється [1, 2].

Страховальники, які використовують працю фізичних осіб на умовах трудового договору (контракту) або на інших умовах, передбачених законодавством, чи за цивільно-правовими договорами, зобов'язані подавати до органів Пенсійного фонду звіт не пізніше 20 числа місяця, що настає за базовим звітним періодом.

Базовим звітним періодом є календарний місяць.

Охарактеризуємо порядок розкриття інформації про зобов'язання за соціальним страхуванням у вигляді єдиного соціального внеску у фінансовій звітності.

У статті «Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування» р. 1625 відображається сума заборгованості за відрахуваннями на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, страхування майна підприємства та індивідуальне страхування його працівників (табл. 1).

Крім того у складі поточних зобов'язань розкривається інформація про поточні забезпечення, інші поточні зобов'язання та доходи майбутніх періодів.

Таблиця 1

Розкриття інформації про зобов'язання з єдиного соціального внеску у фінансовій звітності

Номер і назва рахунку	Форма № 1 «Баланс»	Форма № 2 «Звіт про фінансові результати»		Форма № 5 «Примітки до фінансової звітності»	
		Стаття	Код рядка	Стаття	Код рядка
65 «Розрахунки за страхуванням»	Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування (ряд 1625)	Відрахування на соціальні заходи	2510	-	-

У примітках до фінансової звітності сіл деталізувати положення Наказу про облікову політику, наводиться така інформація:

- сума та строки погашення зобов'язання, яке було виключене із складу поточних зобов'язань;
- перелік і суми зобов'язань, що включені до статей балансу «Інші довгострокові зобов'язання», «Інші поточні зобов'язання».

Список використаних джерел

1. Бабченко А. П. Удосконалення організації складання бюджетними установами звітності з загальнообов'язкового державного соціального страхування / А. П. Бабченко // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. – 2013. – № 3. – С. 164–173.
2. Боршовська В. Звітність з єдиного соціального внеску до Пенсійного фонду України / В. Боршовська // Вісник податкової служби України. – 2011. – № 32. – С. 43-48.
3. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» № 2464-VI від 08 лип. 2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
4. Ковалевич Д. А. Єдиний соціальний внесок в системі соціального страхування / Д. А. Ковалевич // Сталий розвиток економіки. – 2015. – № 3. – С. 25-27.

Мирончук З.П.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,

Андрушко Р.П.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,

Львівський національний університет

м. Львів, Україна

СУТНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ЯК ОДНІЄЇ ІЗ ФОРМ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

За сучасних умов господарювання, коли зростає непередбачуваність результатів операцій підприємств і рівень їх ризикованості, підвищується роль такої форми внутрішнього контролю, як внутрішній аудит. Внутрішній аудит є одним із надійних способів контролю за станом обліку і системою внутрішньогосподарського контролю підприємства.

Внутрішній аудит – це діяльність з надання незалежних та об'єктивних гарантій і консультацій, спрямованих на вдосконалення діяльності компанії. Внутрішній аудит дає змогу компанії досягти поставлених цілей, використовуючи систематизовані підходи до оцінки підвищення ефективності процесів управління ризиками, контролю та корпоративного управління. Внутрішні аудитори мають забезпечити управлінців будь-якою інформацією, що стосується питань ефективного управління підприємством [1].

Існує багато визначень поняття внутрішнього аудиту. Їх трактування детально висвітлено у роботах автора Філозоф О.В. В Міжнародних стандартах професійної практики внутрішнього аудиту (2005) Інституту внутрішніх аудиторів (International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing. The Institute of Internal Auditors), зазначено, що під внутрішнім аудитом слід розуміти «діяльність з надання незалежних і об'єктивних гарантій і консультацій, направлених на вдосконалення

діяльності організації». Дане визначення охоплює основні суттєві аспекти, пов'язані з діяльністю внутрішніх аудиторів [2].

Для впровадження ефективної системи внутрішнього аудиту потрібно дотримуватись певних функцій (рис.1).

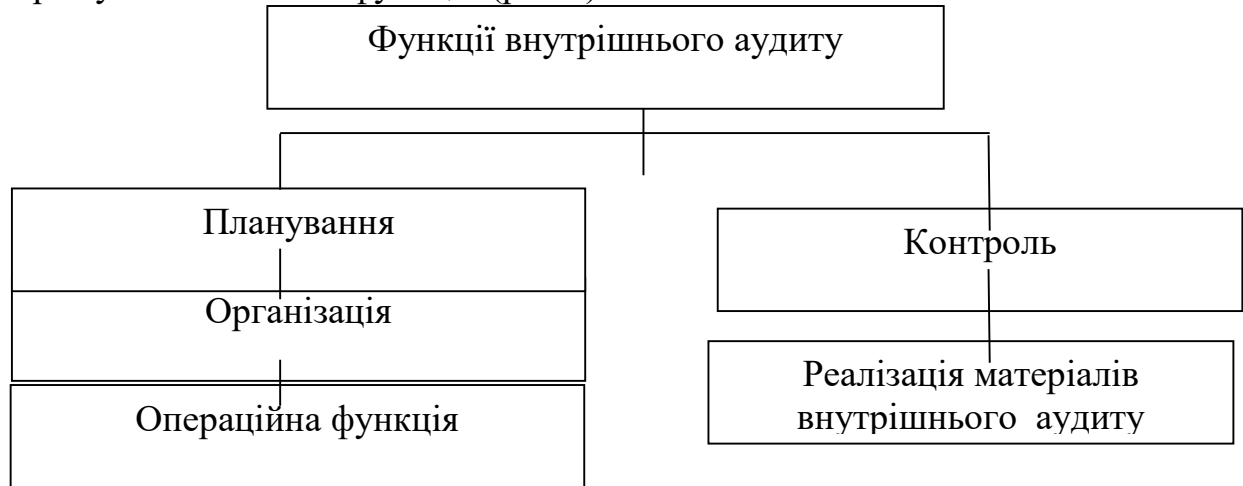


Рис. 1. Основні функції внутрішнього контролю

Усі функції внутрішнього аудиту передбачають виконання певних завдань [3].

Функція планування включає в себе виконання наступних завдань: визначення мети внутрішнього аудиту, розробка плану аудиторських процедур та визначення правил і прийомів внутрішнього аудиту.

Функція організація включає в себе виконання наступних завдань: вибору об'єкта аудиту, визначення предмету аудиту, визначення виконавців аудиторських процедур, створення інформаційно-нормативної та матеріально-технічної бази.

Операційна функція включає в себе виконання наступних завдань: вивчення бізнес-плану підприємства, оцінка системи обліку та звітності, перевірка дотримання принципів бухгалтерського обліку та чинного законодавства.

Контрольна функція включає в себе виконання наступних завдань: реалізації аудиторських процедур, визначення норм (стандартів) внутрішнього аудиту, зіставлення результатів внутрішнього аудиту з нормами (стандартами).

Функція реалізація матеріалів включає в себе виконання наступних завдань: складання звіту та висновку про перевірку, розробка заходів з усунення виявлених недоліків, прогноз фінансової стратегії і розвитку підприємства, участь у реалізації матеріалів внутрішнього аудиту.

Організаційна роль і функції внутрішнього аудиту визначаються керівником або власником економічного суб'єкту. Головною метою внутрішнього аудиту є пошук шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства та його структурних підрозділів. Внутрішній аудит повинен виконувати роль діагностичного засобу в управлінні господарською діяльністю підприємства. Крім того, внутрішні аудитори можуть залучатися

як експерти при виникненні розбіжностей між головною компанією та підприємствами, що входять до її складу. Основна діяльність внутрішнього аудиту складається з виконання різноманітних аудиторських вимог [4].

Доцільність внутрішнього аудиту полягає в тому, що він відбувається в момент документального оформлення і здійснення господарських операцій, що дає змогу своєчасно виявити недоліки в роботі і вживати відповідних заходів до їх попередження. Діяльність внутрішніх аудиторів сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства та скороченню витрат.

Таким чином, внутрішній аудит відіграє важливу роль в діяльності підприємства, оскільки, контролює раціональне витрачання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, сприяє виявленню допущених зловживань чи порушень, дотриманню законності фінансово-господарських операцій.

Саме тому внутрішній аудит є одним із головних елементів, необхідних для успішної діяльності будь-якого підприємства.

Список використаних джерел

1. Каменська Т. Ризик-орієнтований характер сучасного внутрішнього аудиту / Т. Каменська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – №6. – С. 49–53.
2. Філозоф О.В. Суть внутрішнього аудиту та його значення в діяльності підприємства / Філозоф О.В. // Вісник Житомирського державного технологічного університету № 2 (44). – 2008. – С. 198-206.
3. Мухтарова А.Р. Сутність та зміст внутрішнього аудиту / Мухтарова А.Р. // Управління розвитком, №2 (99). – 2011. – С. 80-82.
4. Гуляєва Д.О. Організація внутрішнього аудиту на підприємстві / Гуляєва Д.О. // Управління розвитком, №2 (99). – 2011. – С. 34-36.

Михайлик Н.П.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка»,

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Загребельна І.Л.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Створення, розробка і ефективна реалізація товару є основними складовими товарної політики підприємства, які, в свою чергу, і визначають її зміст. Тому результатом здійснення товарної політики підприємства повинні бути розробка та формування оптимального товарного асортименту продукції, виробництво якого забезпечило б прибуток виробнику і максимально задовольнило потреби споживачів.

Для розробки ефективної виробничо-маркетингової стратегії керівництву підприємства необхідно вирішити наступні завдання, зокрема, розробити стратегію поведінки підприємства на ринку; оптимізувати товарний асортимент продукції; розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції.

Систематизація та аналіз інформації дало можливість сформувати алгоритм реалізації виробничо-маркетингової стратегії підприємства (рис. 1).

На початковому етапі проводиться аналіз діяльності підприємства за результатами проведених маркетингових досліджень. Зокрема, аналіз доцільно розпочинати з вивчення та дослідження товару і ринку.

Товарна політика займає одне з ключових місць у стратегії підприємства і вивчає заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається, перш за все її якісних характеристик, що відповідають потребам кінцевих споживачів, створенню нових товарів, оптимізації асортименту.



Рис. 1. Алгоритм реалізації виробничо-маркетингової стратегії підприємства

Споживчі оцінки мають стратегічне значення на всіх етапах від розробки концепції нового товару та перевірки цього задуму до його позиціонування, виробництва, встановлення рівня цін, реклами, збуту, фінансування і технічного обслуговування. Тому товарна політика підприємства передбачає проведення систематичних досліджень на всіх перерахованих етапах, при цьому об'єктом є не сам товар окремо від конкретних ринків і конкретних споживачів, а споживач з його потребами по відношенню до даного товару,

його відповідна реакція на різноманітні заходи на кожному етапі просування товару від виробника до споживача.

В цілому, товарна політика передбачає певні цілеспрямовані дії товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обміркованих принципів поведінки. Вона покликана забезпечити спадкоємність рішень та заходів по формуванню асортимента і його управління; підтримці конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні; знаходженню для товарів оптимальних товарних ніш (сегментів); розробці та втіленню стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів.

Добре продумана товарна політика не тільки дозволяє оптимізувати процес оновлення асортименту, але і служить для керівництва підприємства свого роду орієнтиром загальної спрямованості дій, що дозволяє коригувати поточні ситуації.

Відсутність генерального, стратегічного курсу дій підприємства, без якого немає і довгострокової товарної політики, може призвести до прийняття неправильних рішень, розпорошення сил і засобів. Зрозуміло, що помилки такого роду приносять значні збитки підприємству. Однак виробничо-маркетингова стратегія – це не тільки цілеспрямоване формування асортименту і управління ним, а й облік внутрішніх і зовнішніх чинників впливу на продукцію, її створення, виробництво, просування на ринок і реалізація, юридичне підкріплення такої діяльності, ціноутворення як засіб досягнення стратегічних цілей та ін.

Список використаних джерел:

1. Логоша Р.В. Особливості формування маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств / Р.В. Логоша, О.Л. Польова // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2018. – № 11(51). – С. 22-26.
2. Кінаш І.А. Реалізація маркетингової стратегії підприємства з використанням інтернет-технологій / І.А. Кінаш // Інноваційна економіка. – 2013. – № 2. – С. 367-370.

Михальчишин Н.Л.

к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА УМОВАХ СПІВКОНКУРЕНЦІЇ

В сучасних ринкових умовах підприємництво розвинуто практично на всіх товарних ринках та виконує роль двигуна конкуренції та сили, що може протидіяти домінуючим ринковим структурам. Таке значення підприємництва пов'язане з його перевагами, а саме: гнучкості та вищої адаптивності до ринкових змін, вищої контрольованості управлінських процесів тощо. Однак, підприємництво найбільш залучене до конкурентної боротьби, що вимагає витрачання зусиль на здобуття конкурентної переваги та отримання бажаної

частини ринкового прибутку. За таких умов протидіяти великим структурам, зовнішній конкуренції, вирішувати проблеми функціонування на ринку та сприяти розвитку ринку підприємство може у співпраці з конкурентами.

Співконкуренція, як явище, було описано А.Бранденбургером та Б.Нейлобаффом, які визначали, що конкуренти повинні віддавати перевагу досягненню спільної мети, а не жорсткій конкурентній боротьбі. Теорія співконкуренції передбачає взаємодію: учасників (формуються з орієнтацією на виробників товарів доповнювачів), доданої вартості (можливість її підвищення), правил, тактичних заходів, масштабів (формуються з огляду на коло конкурентів та споживачів). Співпраця мала б змінити діючі на ринку правила взаємодії конкурентів[1].

На рівні підприємства співпраця, як спосіб управління, полягає в здатності управлінців: виконувати об'єднавчу роль; приваблювати таланти; впроваджувати модель співпраці, починаючи з керуючої системи; не давати керованій системі погрузнути в дебатах [2, с.9]. Проте, співпраця може проявлятися як у внутрішньому управлінні підприємством, так і стосовно його взаємодії з зовнішнім середовищем.

Так, КФ «Ярич» в своїй діяльності використала стратегію співпраці з системними клієнтами, що дала можливість здобути конкурентні переваги на ринку. Для налагодження співпраці з польським супермаркетом «Carrefour», який замовив виробництво печива «Petit-Beurre» під їхньою торговою маркою, КФ «Ярич» було внесено зміни в технологію виробництва печива, щоб максимально задовольнити вимоги польських споживачів. Відповідно, початок співпраці з супермаркетом, який дотримується європейських стандартів, дав можливість розширити співпрацю з іншими мережами, в т.ч. «Auchan» [3].

Ще одним прикладом подолання конкуренції через співпрацю є Книгарня «Є», що орієнтується на україномовне книговидання, презентацію новинок, проведення різних культурних заходів, на яких проговорюють книжкові новинки, проведення заходів в університетах, на ярмарках тощо[4]. Таким чином, Книгарнею «Є» формується книжкова культура, автори разом з видавниками почали співпрацювати з книгарнею, зокрема, в частині презентації книжок, що і сприяло її розвитку.

Таким чином, співпраця полягає не лише в здатності об'єднати людей, ідеї, ресурси [2, с.10], але також у бажанні та здатності пристосовуватись до вимог, спричинених участю в такій співпраці, готовності управлінців взаємодіяти з суб'єктами, які є носіями конкурентних переваг.

В співконкуренції, як і в співпраці, діють аналогічні закони та принципи. Без пристосування до вимог партнера, здатності об'єднання зусиль, пошуку нових ідей та ресурсів, співконкуренція не можлива. Вимоги до партнера у співконкуренції можуть бути наступні: володіння знаннями в галузі, що необхідно для бажаного рівня розвитку підприємств; володіння фінансовими засобами та бажання їх реалізовувати; взаємна довіра; взаємне розуміння

сильних та слабких сторін партнера; спільність інтересів, зацікавленість у вирішенні проблем [5].

Одним із способів співконкуренції є утворення кластерів – концентрації компаній з подібною спеціалізацією, навколо однієї smart-спеціалізації, в результаті одночасної конкуренції та співпраці яких підвищується додана вартість та збільшуються середні доходи учасників кластеру [6].

Прикладами спільних проблем, для вирішення яких може утворюватись кластер, на прикладі діяльності льонарів, можуть бути спільні потреби в: дороговартісній техніці, яка може бути у спільному користуванні (наприклад, комбайни для збирання врожаю); переробних заводах; фахівцях з новітніх технологій та лабораторних досліджень [7].

В світовій практиці прикладом успішного кластера є долина Напа у Каліфорнії (США), що об'єднала дев'ять містечок. Утворення кластеру розпочиналось з щотижневих зустрічей власників кількох винарень, які обговорювали способи перетворення їхньої місцевості в найкращий винний регіон. В кінцевому підсумку Напа стала винною столицею США, пляшка вина з етикеткою Napa Valley коштує в середньому на \$10 більше, ніж ідентичні вина із сусідніх каліфорнійських долин [6]. Конкуренти об'єднались навколо спільної ідеї, реалізація якої дала змогу всім конкурентам збільшити свої прибутки.

До переваг кластерної співпраці можна віднести наступне:

- поява ефекту «один плюс один – значно більше, ніж два»;
- забезпечення вищої продуктивності та розвитку;
- поява нових ефектів, таких як, більш видима й чесна конкуренція, нові робочі місця, розвиток талантів, залучення інвестицій, поява освітніх і наукових центрів, кращих постачальників;
- збільшення експорту та підвищення конкурентоспроможності і, як наслідок, зростання доходу [6].

До передумов появи кластерів та співконкуренції, дослідники також відносять ментальні зміни, що вимагають переорієнтації в пошуку ворогів-конкурентів [6]. Якщо безпосередні конкуренти на географічно близькому ринку, об'єднані певною спеціалізацією, перестануть бачити один в одному ворогів, а зможуть об'єднати свої зусилля для боротьби з сильним зовнішнім конкурентом, тоді без створення спільного бізнесу, а лише завдяки об'єднанню зусиль можливо вирішувати спільні для всіх проблеми, посилити загальну конкурентоспроможність всіх учасників ринку, чим створити протидію потужній зовнішній конкуренції.

Прикладом таких ментальних змін, є кластер шкіри в м.Ігуаладі (Іспанія), що об'єднав 28 компаній, які вдалися до наступних спільних дій:

- побудова системи очищення води, якою користується кожна компанія, внаслідок чого врятовано не лише бізнес, але й екологію міста;
- створено на спільні зібрані кошти музей шкіри;
- організовано спільні виїзди на світові виставки;

- залучено місцеві університети до проектів, що дало можливість відкрити одну з найкращих в світі лабораторій з дослідження води та шкіри, яку в комерційних цілях використовують всі учасники кластеру[6].

Така інтеграція окремих підприємств, а також єдина система очищення води вимагали поліпшення виробничих процесів на фабриках. Це сприяло забезпеченню недосяжної для більшості італійських компаній якості шкіри, що привабило luxury-бренди (Louis Vuitton, Gucci, Hermes, Veneto, які розпочали співпрацю з виробниками м.Ігуалада). Таким чином було підвищено не лише економічну ефективність компаній, але й досягнуто соціально-економічного ефекту – покращено екологічність регіону, збережено фаховий потенціал міста та робочі місця [6].

Таким чином, підприємництво, як учасник жорсткої конкурентної взаємодії з внутрішніми та зовнішніми конкурентами, для забезпечення власного розвитку потребує ментальної переорієнтації на пошук партнерів, вибудування співпраці на умовах співконкуренції, внутрішньої готовності до змін та пристосувань до вимог, які висуваються такою співпрацею тощо. В разі нездатності підприємництва до зміни способу самореалізації на ринках, продовження практики бізнес-егоїзму на ринку, орієнтація на максимізацію власних прибутків, а не вирішення спільних проблем для якнайкращого задоволення потреб споживачів, таке підприємництво втратить спроможність продукувати додану вартість і забезпечувати власний розвиток. При цьому, зміст співконкуренції полягає не у повній співпраці, а в розумному поєднанні конкуренції та співпраці. Від підприємств не вимагається нівелювання підприємницької ідентичності та самовизначення на ринку в конкурентному середовищі. Навпаки, співконкуренція дає можливість розв'язати спільні проблеми бізнесу завдяки спільним зусиллям, що дасть можливість посилити конкурентні переваги усіх учасників на ринку та протистояти зовнішнім проявам конкурентів, або ж подолати домінування чи прояви монополізму. Для участі в співконкуренції та пошуку партнерів, підприємництву необхідно брати участь у виставках, конференціях, медіафорумах та всеукраїнських форумах, ставати учасниками місцевих клубів, членами промислових асоціацій, таких як Європейська бізнес Асоціація, асоціація розвитку тощо.

Список використаних джерел

1. Воган Э. Ключевые стратегические инструменты. URL: econ.wikireading.ru (дата звернення 11.03.2019 р.).
2. Ібарра Э., Хансен М. Действительно ли вы лидер, ориентированный на сотрудничество? *Сотрудничество*. Москва, 2018: Альпіна Паблішер.
3. Лісна О. Як вийти на ринок ЄС. Історія успіху львівського печиво. Львів, 2016. URL: http://tvoemisto.tv/exclusive/yak_vyyty_na_rynok_yes_istoriya_uspihu_lvivskogo_pechyva_77449.html (дата звернення 12.03.2019 р.).

4. Бондаренко Ю. Анастасія Левкова, Книгарня Є: Конкурентів на ринку в нас немає, 2017. URL: <https://rau.ua/personalii/anastasiya-levkova-knigarnya-e> (дата звернення 12.03.2019 р.).
5. Вишняков М. Бізнес-партнери і співпраця у бізнесі. URL: http://psychologis.com.ua/biznes-partnery_i_sotrudnichestvo_v_biznese.htm (дата звернення 12.03.2019 р.).
6. Геращенко В., Оксенюк В. Конкуренція+співпраця. Інтелект-проект Києво-Могилянської бізнес-школи. Київ, 2017. URL: <http://open.kmbs.ua/konkurenciya-spivprasya>(дата звернення 12.03.2019 р.).
7. Костюшко І. Конкуренція та співпраця водночас, або для чого льонарям потрібна асоціація та кластер, 2017. URL: <https://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=konkurencia-ta-spivprasya-vodnocas-abo-dla-cogo-lonaram-potribna-asociacia-ta-klaster> (дата звернення 12.03.2019 р.).

*Мізіна Т.О., Буц І.М.,
Бердянський університет менеджменту і бізнесу
м. Бердянськ, Україна*

АГРАРНИЙ РИНОК ТА ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗДІЙСНЕННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Найактуальнішим на сьогоднішній день є питання формування аграрного ринку земель сільськогосподарського призначення. Навіть незважаючи на те, що це питання залишається найбільш дискусійним і заполітизованим, неминучість цього процесу вже цілком очевидна. Не слід боятися аграрно-ринкових відносин, їх треба просто правильно розуміти, економічно обґрунтувати та врівноважити.

Реформування аграрно-земельних відносин в Україні здійснюється з 1991 року. Основним принципом, який визначив напрями реформування, стало подолання монополії держави на земельну власність і встановлення багатосуб'єктності права власності на землю.

Але у зв'язку з відсутністю досконалих інструментів регулювання ринку земель в Україні тимчасово встановлений мораторій (заборона на відчуження земельних ділянок сільськогосподарського призначення шляхом їх продажу), який обмежує конституційні права власників земельних ділянок, що закріплені частиною першою статті 90 Земельного кодексу України від 25.10.2001 №2768-III: «Власники земельних ділянок мають право продавати або іншим шляхом відчужувати земельну ділянку, передавати її в оренду, заставу, спадщину» [1]. Мораторій постійно продовжується навіть незважаючи на те, що його існування стримує створення цивілізованого земельного ринку та замість вирішення існуючих проблем призводить до нагромадження нових.

Серед негативних наслідків продовження мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення можна відокремити основні:

1) стримування оптимізації сільськогосподарського землеволодіння та землекористування, неможливість поліпшити технологічні умови використання сільськогосподарських земель внаслідок нераціональних розмірів землеволодінь, черезсмузжя, вкраплення дрібних ділянок інших власників у масиви земель господарств тощо;

2) концентрація більшої частини земель сільськогосподарського призначення у власності найменш економічно активної частини сільського населення (пенсіонерів та осіб передпенсійного віку), що не має належних професійних знань, фінансових та фізичних можливостей займатися землеробською роботою;

3) отримання земельних ділянок сільськогосподарського призначення у спадщину особами, що проживають в містах, інших країнах та не мають наміру займатися сільськогосподарським виробництвом і управляти земельними активами, що призводить до невикористання земель сільськогосподарського призначення;

4) блокування процесів створення крупнотоварних господарств ринкового типу, що в умовах завершення процесів інтеграції України до СОТ кардинально знижує конкурентоспроможність вітчизняного сільського господарства на світових ринках;

5) зниження інвестиційної привабливості аграрного сектора української економіки, пов'язане з підвищенням ризику вкладень внаслідок неможливості іпотечного кредитування сільського господарства під заставу земельних ділянок [2].

Необхідність стримування повноцінного включення земель сільськогосподарського призначення у економічний оборот на ринкових засадах багатьма політичними силами обґрунтовується потенційною небезпекою виникнення низки негативних явищ суспільно-економічного характеру, зокрема:

1) скуповування значних площ сільськогосподарського призначення фінансово-промисловими групами, що матиме своїм наслідком «обезземелення» селян та утворення «латифундій» латиноамериканського типу з найманими працівниками. Слід зазначити, що цей ризик може бути кардинально зменшений при використанні державою усіх важелів що передбачені перш за все проектом Закону України «Про ринок земель», яким встановлено обмеження щодо максимальної граничної площі земельних ділянок, що можуть перебувати у приватній власності однієї особи для ведення товарного сільськогосподарського виробництва, діючим Законом України «Про захист економічної конкуренції», а також завдяки ефективному нагляду за ринком земель з боку Антимонопольного комітету України;

2) відчуження селянами земельних ділянок сільськогосподарського призначення за ціною, що є істотно нижчою за економічно обґрунтовану.

Запровадження передбаченого проектом Закону України «Про ринок земель» продажу земельних ділянок сільськогосподарського призначення за ціною, яка визначена на підставі експертної грошової оцінки, знижує ризик цього негативного явища, а також може бути додатково зменшений у разі запровадження відстрочення набрання чинності договорами відчуження земельних ділянок із правом кожної зі сторін відмовитись від укладення договору протягом певного строку;

3) концентрація значних площ сільськогосподарського призначення у власності фінансових установ (комерційних банків) під час переходу заставної землі у власність заставоутримувача. Слід підкреслити, що такий ризик буде несуттєвим, оскільки законодавством підлягають продажу на публічних торгах;

4) виникнення явища «спекуляції» земельними ділянками, коли значні площі земель сільськогосподарського призначення скуповуватимуться фінансовими спекулянтами із метою подальшого їх перепродажу за більш високою ціною, що призведе до зростання вартості аграрної продукції і спричинить інфляцію;

5) неконтрольована зміна цільового призначення та урбанізація сільськогосподарських земель. Ця загроза є мінімальною, оскільки привабливі для містобудівного освоєння земель за останні роки вже зазнали урбанізації та переведення у відповідні категорії земель.

Для подолання таких негативних наслідків мораторію на купівлю-продаж земель сільськогосподарського призначення, як стримування оптимізації сільськогосподарського землеволодіння та землекористування, неможливість поліпшити технологічні умови використання сільськогосподарських земель внаслідок нераціональних розмірів землеволодінь, проектом Закону України «Про ринок земель» пропонується утворити державну спеціалізовану установу з управління землями сільськогосподарського призначення державної власності, одним з основних завдань якої є проведення землеустрою, консолідація та забезпечення охорони земель сільськогосподарського призначення державної власності.

З огляду на нейтралізацію вищезазначених ризиків і враховуючи величезну важливість прийняття Закону України «Про ринок земель» його принциповими завданнями можна вважати:

- законодавче визначення принципів та механізмів державного регулювання ринку земель;

- запровадження механізмів попередження недобросовісних дій суб'єктів ринку земель, пов'язаних із продажем земельних ділянок за заниженими цінами, а також досягненням суб'єктами ринку монопольного (домінуючого) становища;

- деталізацію умов цивільно-правових угод, за якими може здійснюватися відчуження речових прав на земельні ділянки;

- попередження спекулятивних операцій із земельними ділянками сільськогосподарського призначення. умови для запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення, який передбачатиме обмежене державне регулювання процедури відчуження власниками речових прав на земельні ділянки сільськогосподарського призначення, що забезпечить запровадження ринкового економічного обороту речових прав на земельні ділянки сільськогосподарського призначення із одночасною мінімізацією його потенційних негативних суспільно-економічних наслідків.

Тому зараз необхідно докласти зусиль для кінцевого доопрацювання та подання на розгляд парламенту проекту Закону України «Про ринок земель», що дозволить максимально пришвидшити формування законодавчої бази ринкових земельних відносин.

Висновки. Запровадження повноцінного ринку земель сільськогосподарського призначення та його ефективного державного регулювання в Україні дозволить забезпечити реалізацію цілої низки важливих на сьогодні проблем, зокрема:

1. повноцінна реалізація права приватної власності та інших прав на земельні ділянки сільськогосподарського призначення усіма суб'єктами земельних відносин;
2. створення сприятливого ринкового середовища, що забезпечує постійний перехід речових прав на нерухоме майно до найбільш ефективних власників;
3. кардинальне підвищення інвестиційної привабливості сільського господарства;
4. раціональний перерозподіл та оптимізація використання земель сільськогосподарського призначення;
5. встановлення об'єктивної ринкової вартості земельних ділянок сільськогосподарського призначення у процесі їх економічного обороту;
6. підвищення ефективності використання природно-ресурсного потенціалу земель сільськогосподарського призначення та забезпечення стратегічної продовольчої безпеки держави;
7. безперешкодний доступ громадян до землі як ресурсу людського розвитку;
8. збереження та створення робочих місць у сільській місцевості;
9. покращити транспарентність земельних відносин;
10. стимулювання розвитку інститутів громадянського суспільства у питаннях захисту прав власників земельних ділянок.

В цілому ж можна констатувати, що світовий досвід показує, що регулювати ринок земель набагато ефективніше, ніж заганяти його «в тінь». Законодавство багатьох європейських країн передбачає існування системи регулювання обороту земель сільськогосподарського призначення, маючи, з огляду на характерні історичні чи національні особливості, економічну чи соціальну ситуацію в кожній країні, свої відмінності.

Цивілізований ринок землі – єдиний спосіб відібрати ефективного власника і залучити інвестиції, які принесуть на українські лани найуспішніші агротехнології, які забезпечать всім селянам достойний рівень життя.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 р. // Верховна Рада України. Законодавство України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 24.02.2019).
2. Є.І. Фурса, В.М. Косенко, М.М. Ясинок Земля: Договори, суд, законодавство : науково-практичний посібник за заг. ред. С.Я. Фурса. К.: Видавець С.Я. Фурса : КНТ, 2008. 832с.

Місюкевич В.І.

к.е.н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва

Скубій О.С.

магістр спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

м. Полтава, Україна

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Адаптивна модель державного регулювання розвитку малого аграрного підприємництва сформована в цілісну збалансовану систему має забезпечити реалізацію значних потенційних можливостей аграрного сектору України, сприяючи екологічно збалансованому сільськогосподарському землекористуванню та підвищенню рівня соціального розвитку сільських територій.

У цьому зв'язку важливого значення набуває стимулювання суб'єктів малого аграрного підприємництва до екологізації землекористування та розвитку підприємництва на кооперативних засадах. Зазначені пріоритетні напрями розвитку сучасної аграрної політики, що визнані світовою спільнотою, мають підвищити конкурентоспроможність аграрного сектору України та зберегти сучасний природний потенціал для наступних поколінь.

Важливе значення при формуванні моделі адаптативного менеджменту в системі розвитку малого аграрного підприємництва в Україні належить визначенню необхідних критеріїв реалізації стратегічних цілей розвитку малого аграрного підприємництва в Україні.

Критеріями формування сприятливого середовища для підвищення економічної результативності діяльності малих аграрних підприємств є:

- стимулювання розвитку сільськогосподарської та кредитної кооперації;
- розвиток ринкової інфраструктури аграрного ринку;
- запровадження гнучкої системи державної підтримки;

- запровадження пільгового кредитування і страхування малих аграрних підприємств;
- розвиток переробної галузі сільськогосподарської продукції;
- запровадження міжнародної системи управління безпечністю харчових продуктів;
- вдосконалення системи оподаткування аграрного підприємництва [1].

Пріоритетна роль серед критеріїв реалізації стратегічних цілей розвитку малого аграрного підприємництва в Україні належить сільськогосподарській кооперації. Враховуючи досвід країн-членів ЄС розвиток малого підприємництва на кооперативних засадах має стати важливою складовою аграрних перетворень в Україні. Оскільки відсутність ефективних реформ впродовж тривалого часу зумовило негативні наслідки у структурі сільськогосподарського виробництва та розвитку сільських територій загалом.

Значну частину організаційного забезпечення розвитку малого аграрного підприємництва через поширення кооперації на регіональному рівні повинні здійснювати органи місцевого самоврядування. Реалізація адаптивної системи державного менеджменту органами місцевого самоврядування сприятиме уникненню необ'єктивного розподілу бюджетних коштів. Також будуть враховуватися природно-кліматичні умови ведення господарської діяльності, потенційні можливості підприємств та сільської території.

Успішний розвиток європейської системи кооперації і поодиноких вітчизняних кооперативних об'єднань показує вагому роль місцевих керівників, а саме сільських і селищних голів у згуртуванні селян, будівництві господарських комплексів та інших заходах. Відповідальність органів місцевого самоврядування і місцевої влади за організацію кооперативного руху у сільській місцевості повинна бути закріплена на законодавчому рівні. Оскільки існування менталітетних перешкод для створення кооперативного руху потребують для їх подолання об'єднуючого суб'єкта.

Стримуючим фактором для формування сільськогосподарських об'єднаних кооперацій є ментальні особливості населення, нерегульованість законодавства, відсутність фінансових ресурсів. Саме органи місцевої влади можуть активно сприяти вирішенню даних проблем за рахунок залучення інвестиційних ресурсів благодійних організацій, пільгового кредитування та інших джерел. Стратегічним напрямом для розширення ринків збуту, зокрема продукції тваринництва, є масове запровадження стандартів виробництва, які відповідають вимогам (стандартам) ЄС.

Також експортні можливості малого аграрного підприємництва інтегрованого у систему переробних кооперативів зростають через попит на нетрадиційну та нішеву продукцію (закарпатський мед, макуха, вино). Якщо в Україні попит на нішеві культури ще не сформований, то європейські трейдери готові купляти українську органічну сировину для виробництва нішевих олій за додаткову плату (залежно від виду олії органічна націнка може становити до 25 %) [2]. Окрім сировини, країни Північної Америки та ЄС,

виявляють підвищений інтерес до готової продукції українського виробництва. Також існує внутрішній попит на деякі нетрадиційні види сільськогосподарської продукції, зокрема нетрадиційну олію (соєва, ріжівєва, лляна, розторопші, амаранту, виноградних кісточок), що вказує на перспективність переробки сільськогосподарської продукції малими аграрними підприємствами об'єднаними в кооперативи. Вважаємо, що державне стимулювання виробництва нетрадиційних культур малими підприємствами сприятиме зміцненню експортних потужностей України та зростання обсягів споживання українцями більш якісних і корисних продуктів харчування.

В сучасних умовах перед малими товаровиробниками існує низка перешкод для сертифікації продукції, які легше долаються в умовах кооперації. Зміни в українському харчовому законодавстві, спрямовані на негайну гармонізацію з європейським та підписання Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом, що сприятиме відкритому доступі іноземних товарів на вітчизняний ринок. Така ситуація спонукає малих товаровиробників до впровадження постійно діючої ефективної системи управління безпечністю харчової продукції, заснованої на принципах Системи аналізу небезпечних чинників та критичних точок контролю (НАССР– Hazard Analysis and Critical Control Point) [3]. Досвід зарубіжних країн показує високу чутливість малих та середніх підприємств до змін законодавства у перехідний період. Серед головних проблем з якими стикаються малі аграрні підприємства є низький рівень поінформованості і практик ведення документації, брак фінансових та людських ресурсів. Вважаємо, що держава, окрім законодавчого забезпечення та проведення контролюючих заходів, повинна надавати консультативну та фінансову підтримку сертифікації виробництва та переробки сільськогосподарської продукції малими сільгоспвиробниками. На нашу думку, одним із напрямів такої підтримки може бути державне партнерство з міжнародними організаціями, які активно підтримують впровадження та підтримку ефективності системи безпечності харчових продуктів малих підприємств.

Впровадження державно-приватного партнерства з метою розвитку малого аграрного підприємництва в Україні сприятиме позитивним змінам у сільській місцевості, зокрема зменшення міграції працездатного населення, розвитку соціальної інфраструктури, підвищення продовольчої безпеки. Правове оформлення впровадження державно-приватного партнерства має базуватися на таких основних концептуальних положеннях: забезпечення платності, максимальної ефективності для усіх учасників партнерства, цільового використання та правонаступності, моделювання грошових потоків та дотримання зобов'язання. Дотримання даних положень усіма учасниками партнерства сприятиме успішному досягненню поставлених цілей.

Перевагою малих аграрних підприємств є наявність у приватній власності значної частини земельних ресурсів – часто і всієї, що сприяє більш

дбайливому і виваженому господарюванню. Європейський досвід показує роль довгострокових інтересів, пов'язаних із земельною ділянкою, які є вагомим фактором збереження природної родючості ґрунтів для нащадків. Поряд з цим, існує чітка заборона на вирощування монокультури, зобов'язання кожного господарства до наявності певного мінімуму культур і система дотацій спрямована на утримування ґрунтів у належному стані. Проте жодні заборони не будуть дієвим механізмом збереження родючості ґрунтів при відсутності ринків збут нішевих культур, вважаємо доцільною системою підтримки для малих аграрних підприємств – інтенсивний розвиток переробної сфери сільськогосподарських культур. Так, стратегічна олійна культура – рицина, якою ще у 80-і роки були засіяні значні площі на півдні України, що давало значні прибутки підприємствам і державі, а продукти її переробки широко використовувалися у більшості важливих галузей промисловості, підвищує родючість ґрунту. Відсутність переробної бази залишає Україну сировинним додатком для розвинутих країн або й взагалі ліквідує виробництво тих чи інших стратегічно важливих культур, як з економічної, соціальної та екологічної точки зору [4].

В цьому випадку, відновлення переробної галузі для нішевих олійних культур допоможе збільшити зайнятість населення, зберегти природну родючість ґрунтів, розвивати галузі легкої промисловості, підвищити здоров'я нації (щоденне вживання лляної олії на 40 % знижує ризик інсульту) і експортувати готову продукцію за значно вищою ціною, ніж сировину. Розвиток переробної галузі для нетрадиційних олійних культур, овочів, картоплі, фруктів є неможливим без іноземних та державних інвестицій.

У західних областях України було встановлено найвищий інтегральний індекс успішності ефективності господарювання малих фермерських господарств, проте було виявлено найнижчий рівень соціальної складової, про що свідчать показники оплати праці, прибутку на одного працівника і плати за 1 га земельного паю.

Низькі показники соціальної складової на заході України зумовлені високою часткою трудомістких робіт та збиткових галузей сільського господарства, а саме тваринництва. Поряд з цим, дані області мають найвищу частку найманих працівників і умовного поголів'я. Така ситуація сприяла найвищим показникам екологічної складової – кількості внесеного добрива і відсутністю площ під інтенсивними культурами.

Отже, формування адаптивної системи державного регулювання розвитку малого аграрного підприємництва на основі гнучкого підходу до територіальних особливостей має сприяти реалізації потенційних можливостей соціальної, екологічної та економічної складових аграрного сектору України.

Список використаних джерел

1. Басанцов І.В. Застосування програмно-цільового методу в інвестуванні аграрного сектору економіки / І.В. Басанцов // Вісник Сумського

національного аграрного університету. – 2011. – №5/2. – С.115-119.

2. Положенцева К.Л. Методологічні основи державного регулювання агропромислового комплексу регіону / К.Л. Положенцева. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DUTP/2005-2/txts/galuz/05lmaseu.pdf>.

3. Кіндзерський В.В. Державне регулювання в інституційному механізмі формування ефективності аграрного сектору / В.В. Кіндзерський // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2016. – №2. – С. 103-115.

4. Аграрна економіка: [підручник] / За ред. Д.К. Семенди та О.І. Здоровцова. – Умань, 2015. – 318 с.

Мовчан В. І.,

магістр

Юдічева О. П.

к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

Київський національний університет будівництва і архітектури,

м. Київ, Україна

САЙДИНГОВІ ВІНІЛОВІ ПАНЕЛІ: КЛАСИФІКАЦІЯ, ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ

В останні роки для облицювання та оздоблення будівель і споруд використовують цілу низку матеріалів на основі різних полімерів.

Полімерні облицювальні матеріали поділяють на:

- листові;
- плиткові;
- рулонні.

До листових облицювальних матеріалів відносяться:

- деревинно-стружкові облицювальні плити;
- деревинно-волокнисті облицювальні плити;
- декоративний паперово-шаруватий пластик;
- сайдингові панелі;
- декоративні панелі «Поліформ» і «Полідекор» [1].

Сайдинг – це термін, який з англійської мови (*Siding*) перекладається як зовнішнє облицювання стін будівель. Сайдингові панелі здатні виконувати дві функції: утилітарну (захищати будівлі від зовнішнього впливу, зокрема, від дощу, вітру, снігу, сонячного проміння) і естетичну (декорування фасаду будинку). Сайдинг вперше стали використовувати в Північній Америці у ХІХ ст. Стругані і фарбовані дерев'яні дошки прибивали до стіни під кутом таким чином, щоб наступний горизонтальний шар дещо нависав над попереднім – за такого розташування дощок вода добре стікала з облицювання. З того часу таку обшивку стали називати сайдингом. У 50-х роках ХХ ст. у США і Канаді

почали виробляти вінілові фасадні панелі, що відрізнялися довговічністю, не потребували особливого догляду, були простими у монтажі [2].

Полівінілхлорид (ПВХ) становить понад 80 % від основи вінілових сайдингових панелей. Також до їх складу входять речовини, що поліпшують фізичні і хімічні властивості готової продукції: модифікатори, стабілізатори, барвники тощо. Вони надають вініловим сайдинговим панелям різних кольорів і відтінків, привабливого блиску, стійкості до агресивних впливів зовнішнього середовища, еластичності, пружності і довговічності. Як добавки під час виробництва застосовують:

- діоксид титану (до 10 % від поверхневого шару); виконує роль стабілізатора структури сайдингових панелей і підвищує стійкість пігментів, що входять до його складу. Він захищає вироби від негативної дії ультрафіолетових променів;
- карбонат кальцію (15 % від нижнього шару); його основне призначення – заповнити структуру виробів;
- бутадієн (1 %), який стабілізує склад, підвищує зносостійкість і продовжує термін служби вінілових сайдингових панелей;
- модифікатори, що підвищують ударостійкість ;
- мастильні речовини, які додають до складу для запобігання прилипанню вінілового сайдингу до металу під час його виготовлення, а також для того, щоб зробити поверхню ідеально рівною і гладкою;
- концентровані пігменти; їх мета – надання виробам потрібного кольору і відтінку [2].

Технологія виробництва вінілових сайдингових панелей ґрунтується на екструзійному процесі, сутність якого полягає у протисканні через профільуючі отвори розплавленого компаунда (сировинної суміші) з метою одержання вінілових стрічок заданих параметрів. Стрічку на виході з екструдера обрізають з країв і надають їй потрібного робочого профілю (форм-фактор). Сучасні технологічні розробки допускають використання двох способів отримання вінілового сайдингу: моноекструзії та коекструзії [2]. Сайдингові вінілові панелі можуть мати найрізноманітніші кольори: сірий, бежевий, білий тощо. Вінілові сайдингові панелі залежно від цільового призначення поділяють на:

- фасадні;
- стінові;
- для стелі.

За типом установки і кріплення рядових панелей вироби поділяють на:

- вертикальні;
- горизонтальні.

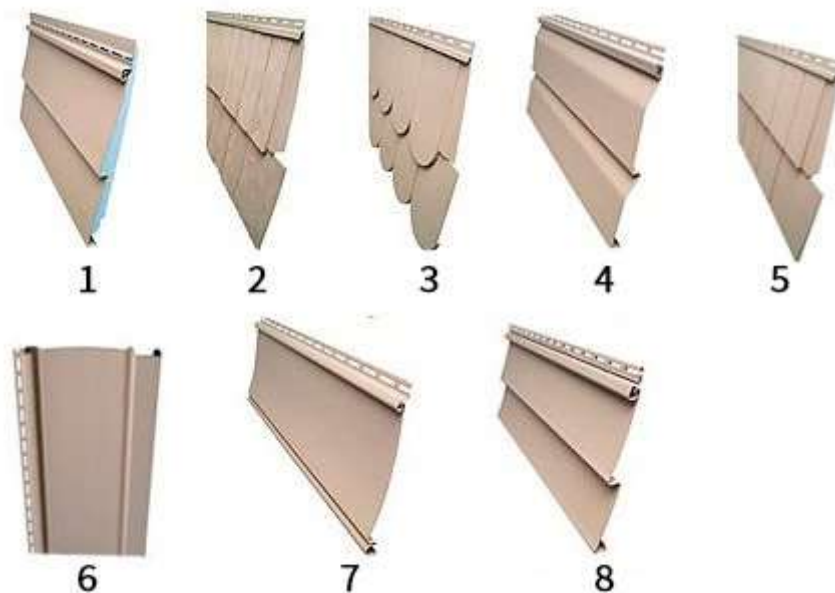
Вертикальні вироби мають такі особливості: симетричний форм-фактор панелей, вертикальна установка. В Україні подібний тип панелей поширений мало і використовується переважно для облицювання нежитлових приміщень (кав'ярні, автомийки, торгові павільйони). Горизонтальний сайдинг

представлено видами: «корабельний брус», «ялинка», «під колоду» (так званий «блок-хауз») тощо. Форма сайдингових вінілових панелей наведена на рис.1.

Рисунок 1 – Форми сайдингових вінілових панелей:

1 – з утеплювачем; 2 – сайдинг-дранка (фасад у формі окремих дощечок); 3 – у формі луски; 4 – «корабельний брус» (двопереломний сайдинг); 5 – вертикальні; 6 – увігнуті; 7 – класичні («ялинка»); 8 – «блок-хауз» з різною шириною і глибиною хвилі

«Корабельний брус» і «ялинка» – це панелі, що імітують два основних види дерев'яної обшивки. Під час виробництва панелей «під колоду», так званого «блок-хаузу», застосовують іншу технологію виготовлення зовнішнього шару. Найчастіше – ламінуювальну плівку з малюнком-імітацією натурального дерева (як пофарбованого, так і без покриття) [3].



Використання сайдингових вінілових панелей обумовлена їх перевагами: вони прості в експлуатації; стійкі до деформації; не навантажують фундамент; відрізняються легкістю монтажу; мають широку гаму кольорів і різноманітну форму; добре зберігають свій колір; не відшаровуються; водостійкі; не ржавіють; нетоксичні; негорючі; стійкі до несприятливих погодних умов; за ними зручно доглядати; мають тривалий термін служби – понад 50 років [4].

Список використаних джерел

1. Листові полімерні матеріали [Електронний ресурс] // Оздоблювальні і облицювальні матеріали. Режим доступу: <http://bibliograph.com.ua/spravochnik-97-otdelka/145.htm>.
2. Сайдинг [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>.

3. Савельєв А. А. Роботи з сайдингом / А. А. Савельєв. – М.: Аделант, 2010. – 162 с.
4. Сайдинг – історія виникнення матеріалу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://alta-profil.ua/ua/saiding/>

Мороз Світлана

к.п.н., доцент кафедри підприємництва і права

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Antonina Kalinichenko

Doctor of Sciences in Agricultural, Professor,

Department of Process eEngineering,

Technical-Natural Faculty, University of Opole, Poland

НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВУ: ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ

В економічно розвинених країнах підприємництво визнано рушійною силою економіки, а ступінь його розвитку залежить від формування та реалізації підприємницького потенціалу. В Україні, з одного боку, посилюється розуміння того, що підприємництво може позитивно впливати на соціально-економічний розвиток країни, а з іншого, – залишається ціла низка інституціональних обмежень, які негативно впливають на формування підприємницької активності населення та розвиток діючих суб'єктів підприємництва.

Наукові дослідження [1-4] свідчать, що багато проблем, які перешкоджають розвитку підприємництва в Україні, можуть бути вирішені за допомогою навчання підприємництву. Проте, дискусії відносно того, як удосконалити існуючу практику навчання підприємництву, залишаються актуальними. На наш погляд, з огляду на зміну освітньої парадигми та впровадження компетентнісного підходу до навчання, потрібна зміна концептуального підходу до формування готовності молодого покоління до підприємницької діяльності.

Доведено, що і знання набагато результативніше засвоюються студентами, і компетенції у молодих фахівців формуються дієвіше, якщо навчальна інформація викладається у систематизованій логічній послідовності [1, 2]. Основою структурування навчальної інформації, на наш погляд, має стати декомпозиція процесів управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання на різних етапах реалізації підприємницького потенціалу.

Базовими етапами реалізації підприємницького потенціалу визначені такі етапи (рис. 1).

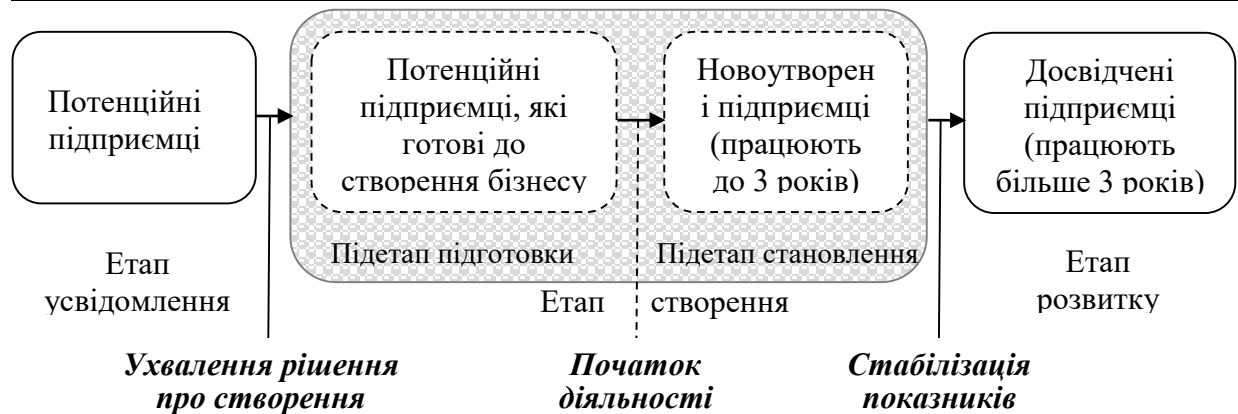


Рис. 1. Процес реалізації підприємницького потенціалу

Етап усвідомлення включає дії суб'єкта, спрямовані на розвиток і застосування особистих підприємницьких здібностей шляхом самооцінки соціально-психологічної готовності до підприємництва, визначення сприятливості умов і необхідних ресурсів (осмислення індивідуальних підприємницьких здібностей; пошук інформації, бізнес-ідей; оцінка наявності ресурсів тощо).

Етап створення включає дві складові:

а) *підетап підготовки*, який передбачає, що особа прийняла рішення здійснювати підприємницьку діяльність, тому готується і виконує дії, спрямовані на збір та обробку необхідної інформації та ресурсів з метою здійснення державної реєстрації підприємства (вибір бізнес-ідеї, визначення конкретних дій, необхідних для реалізації проекту, розробка бізнес-плану, вибір організаційно-правової форми, вибір режиму оподаткування, підготовка документів, здійснення реєстрації тощо);

б) *підетап становлення* передбачає здійснення особою діяльності з моменту реєстрації суб'єкта малого підприємництва і до закінчення трирічного терміну, під час якого підприємець набуває певного досвіду (запуск і налагодження виробничого і бізнес-процесу, пошук і первинна взаємодія з постачальниками і клієнтами; формування ринку збуту тощо).

Етап розвитку включає здійснення господарської діяльності суб'єктом малого підприємництва, який функціонує більше 3 років й набув досвіду з певних організаційних та управлінських питань (оптимізація процесу виробництва, удосконалення бізнес-процесів, залучення додаткових факторів виробництва, зростання величини прибутку, обсягу збуту та інших ключових показників).

У якості суб'єктів реалізації підприємницького потенціалу визначені:

– потенційні підприємці – особи, які розглядають підприємництво у якості пріоритетного напрямку діяльності, але на даний момент не здійснюють активних дій (знаходяться на етапі усвідомлення);

– потенційні підприємці, які прийняли рішення про створення суб'єкта малого підприємництва, здійснюють підготовку, спрямовану на збір і обробку

необхідної інформації та ресурсів з метою державної реєстрації підприємства (знаходяться на підетапі підготовки);

– новоутворені підприємці – суб'єкти малого підприємництва, зареєстровані відповідно до законодавства в якості юридичних осіб або індивідуальних підприємців і здійснюють свою діяльність не більше 3 років (перебувають на підетапі становлення);

– досвідчені підприємці – суб'єкти малого підприємництва, зареєстровані відповідно до законодавства в якості юридичних осіб або індивідуальних підприємців і здійснюють свою діяльність протягом 3-х і більше років (етап розвитку).

Отже, навчання підприємництву майбутніх аграріїв пропонується здійснювати із урахуванням видів діяльності підприємця на різних етапах заснування підприємства: оцінка власного підприємницького потенціалу та прийняття рішення; пошук бізнес-ідей та їх попередній відбір; складання та аналіз бізнес-моделі; дослідження ринкового сегменту і аналіз бізнес-ідей; перевірка гіпотези проекту; складання і аналіз фінансової моделі проекту; розробка бізнес-плану; пошук джерел фінансування бізнес-плану (у т. ч. презентація бізнес-проекту); підготовка і здійснення державної реєстрації суб'єкта підприємництва; підбір факторів виробництва, «запуск» операційних і бізнес-процесів; маркетингове просування; оптимізація операційних і бізнес-процесів; масштабування бізнесу.

Це далеко не повний перелік етапів реалізації підприємницького потенціалу суб'єктів господарювання, на які доцільно орієнтуватися у процесі викладання дисциплін циклу професійної і практичної підготовки для формування підприємницьких компетенцій майбутніх аграріїв. Мінливе зовнішнє середовище створює попит на нові компетенції потенційних і діючих підприємців. Вбудовування таких компетенцій у систему навчання сприятиме соціальній адаптації майбутніх підприємців на висококонкурентному ринку праці.

Список використаної літератури

1. Земка О.В. Педагогічні умови формування підприємницької компетентності майбутніх учителів технологій. Вісник Черкаського університету. Серія педагогічні науки. Черкаси. – 2017. – №15. – С. 48-53.
2. Матукова Г. І. Педагогічні умови розвитку в студентів економічних спеціальностей компетентності до підприємницької діяльності / Г. І. Матукова // Професійна освіта: проблеми і перспективи. – 2015. – Вип. 8. – С. 35-42.
3. Краснокутська Н. Підприємницький потенціал України в порівнянні з країнами ЄС / Н. Краснокутська // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – № 1. – С. 25-33.
4. Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Люксембург: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN.

*Москаленко С.П.
магістрант спеціальності 073 «Менеджмент»
ОП «Адміністративний менеджмент»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Устік Т.В.*

*к.е.н., доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет*

ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В ЗАБЕПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Високий рівень турбулентності зовнішнього середовища вимагає від вітчизняних підприємств формування особливої компетентності, вибору корпоративного управління діяльності підприємства, який полягає у здатності постійно змінюватися для забезпечення високого рівня адаптації до мінливих зовнішніх умов ринкового середовища та сприяє посиленню конкурентної позиції підприємства на ринку, збільшення його ринкової частки та ринкової вартості. Найбільша складність в набутті даної компетенції щодо корпоративного управління розвитку підприємства полягає у необхідності перегляду існуючих корпоративних цінностей, забезпечення механізмів управління, правильного вибору методів, прийомів та засобів, а також важливе значення має навчання персоналу та перегляду системи мотивації.

Оскільки корпоративне управління є невід'ємною частиною відкритого та прозорого бізнес-середовища, то в сучасних умовах зростає значення рівня управління компаніями, залучення до цього управління усіх зацікавлених сторін. Корпоративне управління набуває ознак тієї сукупності інструментів, засобів та важелів впливу, яка дозволяє суб'єкту економічних відносин повноцінно реалізовувати свій економічний потенціал, свої фінансові ресурси та можливості, створювати стійкі конкурентні переваги на ринку, стабільно підвищувати рівень ефективності своєї діяльності та забезпечувати економічне зростання та розширення бізнесу.

Якщо говорити про сутність корпоративного управління, то вона полягає в тому, що, з одного боку, корпоративне управління розглядають як цілеспрямовану діяльність системи виборних та призначених органів по координації і контролю корпоративних формувань підприємства, а з іншого боку корпоративне управління передбачає систему правил поведінки між зацікавленими особами з метою максимізації прибутку, зростання капіталізації, формування та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Слід відмітити, що до переліку суб'єктів корпоративного управління відносяться не лише корпоративні підприємства, акціонерні товариства, асоціації, а й значна частина корпорацій, концернів, консорціумів, холдингів (не є виключенням і агрохолдинги), промислово-фінансові групи, які

здійснюють свою фінансову та економічну діяльність через реалізацію сукупності господарських прав та обов'язків.

Значний розвиток суб'єктів господарювання з урахуванням складових корпоративного управління викликаний необхідністю використання новітніх управлінських технологій для мінімізації існуючих ризиків і підвищення рівня інвестиційної привабливості підприємств. Для мінімізації існуючих ризиків та ефективного розвитку підприємства використовується матриця SWOT-аналізу, яка дає можливість визначити сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, виявити загрози та відкрити можливості розвитку. Серед сильних сторін діяльності досліджуваного підприємства є забезпечення виробничого процесу передовими технічними засобами та досить високий рівень платоспроможності, що дозволяє використовувати власні ресурси для забезпечення своєї діяльності. Аналізуючи слабкі та сильні сторони підприємства, можна стверджувати, що перспектива розвитку досліджуваного підприємства існує, але для отримання максимальних вигід слід прикласти велику кількість зусиль, а саме оптимізувати маркетингову стратегію даного підприємства, тобто направити її на знаходження оптимальних шляхів збуту власної продукції та заохочення нової клієнтської бази. Можливо оптимізувати реалізацію продукції за допомогою електронної комерції та розробити гнучку систему знижок для постійних клієнтів.

Корпоративне управління об'єднує в собі набір механізмів, які використовуються для підтримки балансу інтересів учасників корпорації. Тому, основним завданням для корпоративного управління є процеси, що покликані забезпечити добросовісну, сумлінну, відповідальну, прозору корпоративну поведінку та підзвітність. Важливим стратегічним фактором, що об'єднує всі структурні ланки підприємства та його окремих працівників, є високий рівень корпоративної культури та корпоративної соціальної відповідальності, яка працює на досягнення поставлених цілей в рамках заявленої місії підприємства.

Корпоративна соціальна відповідальність характерна для стратегії швидкої віддачі або прямої комерційної вигоди, така діяльність, без сумніву, має важливу цінність для бізнесу та суспільства та повинна використовувати повністю потенціал цих процесів. Для того, щоб повною мірою використати потенціал корпоративної соціальної відповідальності, ми вважаємо, що компаніям слід обрати більш окружний шлях до створення цінності та ефективного функціонування складових корпоративного управління.

До найбільш значних характеристик корпоративної культури та корпоративної соціальної відповідальності відносять: тип управління, система комунікації, тип спільної діяльності, норми поведінки, культура спілкування, діловий етикет, традиції підприємства, трудову етику.

При корпоративному управлінні підприємств вагомий вплив мають розміри ефекту масштабу підприємства, збалансування інтересів всіх учасників корпоративних відносин, підвищення інвестиційної привабливості

підприємств та здійснення інноваційного оновлення виробництва для виробництва нових видів продуктів та послуг, кожен з яких займе свою нішу на ринку та в свідомості споживачів.

Список використаних джерел

1. Герасименко О. М. Формування комплексної системи ризик-менеджменту з врахуванням чутливості компанії до ринкових ризиків. Ефективна економіка. 2013. № 5. [електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_5_21
2. Горбачевська О. В. Розвиток інтегрованих підприємницьких структур в економічній системі України. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 5. С. 166–170.
3. Ліщинський М. П. Теоретичні аспекти сутності корпоративного управління господарюючими суб'єктами в умовах реформування економіки / М.П.Ліщинський // Агросвіт. 2012. № 23. С. 28–33.

Муштай В.А.

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Бересток Б.П.

магістрант

Сумський національний аграрний університет

ОЗДОРОВЛЕННЯ СЕВІСУ, ЯК НАПРЯМОК МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

В умовах сьогодення, коли роль сфери послуг зростає як у світовій економіці, так і на вітчизняному рівні, пошук шляхів залучення потенційних клієнтів і застосування маркетингових методів щодо розширення клієнтської бази стає визначальною рисою стратегії розвитку сучасних підприємств сфери послуг. Потреби сучасного споживача стають більш вимогливими як до асортименту та якості самих послуг, так і до рівня обслуговування. Отже, споживач має великий вплив на розвиток бізнесу в сфері послуг.

При цьому не до кінця вивченими та розкритими залишаються можливості підприємств сфери послуг, щодо залучення клієнтів, їх обслуговування, потреб факторів впливу як на постійних, так і на потенційних клієнтів. Слід зауважити що зайняті в основному технологічними, виробничими й організаційними питаннями вітчизняні підприємства сфери послуг недостатньо уваги приділяють дослідженню маркетингових методів залучення клієнтів та вивченню клієнтських відносин. Втрата незадоволеного клієнта призводить до зменшення обсягу довгострокового потоку прибутку як від даного споживача, так і від інших клієнтів, що змінять цього постачальника послуг внаслідок негативних відгуків. Тому варто докладати зусиль до оздоровлення сервісу, спрямованого на захист довгострокових прибутків.

Безпосередньо на вибір споживача послуг впливає безліч факторів. При цьому слід зауважити, що ступінь задоволення клієнта сервісним продуктом залежить не лише від факторів, що формують якісні і цінові характеристики послуги, а це виробничі та технологічні фактори конкурентних переваг. Великий вплив на якісну оцінку роботи підприємства сфери послуг мають прямі методи впливу - маркетингові та організаційні фактори успіху діяльності підприємства сфери послуг. Ключові фактори впливу на клієнтів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Ключові фактори впливу на клієнтів підприємств сфери послуг

Тип ключових факторів успіху	Функції маркетингової діяльності
Технологічні	Науково – дослідні роботи в галузі нових технологій
	Інноваційні можливості в технологічних процесах
	Технологічні процеси у виробництві/ наданні послуг
	Досвід використання нових технологій
Виробничі	Забезпечення економії питомих витрат за рахунок економії масштабів
	Якість послуг
	Високий ступінь використання основних фондів
	Вигідне розміщення послуг і виробництва
	Висока продуктивність праці, що породжує ноу – хау та патенти
	Низькі витрати обробки і виробництва одиниці продукції та послуги
	Гнучкість надання модифікацій послуг відповідно до замовлень
Маркетингові	Висока кваліфікація та якісна підготовка персоналу
	Зручні і доступні види сервісного обслуговування
	Якісне виконання замовлень клієнтів
	Необхідна структура асортименту за шириною та глибиною послуг
	Привабливий фірмовий стиль
	Гарантії сервісного обслуговування
	Ефективна взаємодія з клієнтами
	Розгалуженість власної мережі надання послуг
	Швидкість виконання замовлень
	Низькі витрати на організацію руху послуг
	Зручне розміщення сервісу для клієнтів
	Імідж підприємства та позитивна репутація
	Наявність розвитку інформаційних систем
Організаційні	Можливість швидко реагувати на зміни ринкових умов
	Кваліфікація та досвід керівного складу
	Ефективна організаційна структура установи

Джерело: складено авторами за [1, с. 56]

За результатами досліджень, маємо відмітити, що серед маркетингових методів впливу вагоме місце в процесі утримання існуючих та залучення нових клієнтів займає саме ефективна взаємодія з ними через налагодження зворотного зв'язку, тобто частини зворотної реакції (скарг, пропозицій, компліментів та інш.), яку клієнт доводить до відома постачальника послуг.

Деякі підприємства мають негативне ставлення до скарг своїх клієнтів, сприймаючи їх як невинуватену критику власній діяльності. Як правило, споживач котрий не задоволений отриманою пропозицією має два варіанти дій: або щось зробити, або відмовитися від подальшого споживання сервісного продукту даного підприємства. В останньому випадку підприємство втрачає можливість дізнатися про причини невдоволення споживача, тим самим можливість задовольняти клієнта краще, ніж конкуренти. В той час, як клієнти, що висловлюють свої скарги – дають змогу задовольнити їх потреби, як наслідок - розширення клієнтської бази через подальші позитивні відгуки.

В разі зміни ставлення до скарг, підприємствам буде легше використовувати зворотню інформацію, яка в них міститься, на благо самого ж підприємства. Скарги являються індикатором, який вказує на ті сфери діяльності підприємства, які незадовільно працюють із споживачами. Претензії споживачів слід вважати одним з найважливіших джерел інформації про їхні власні потреби та смаки, а тому вони можуть стати основою оздоровлення підприємства в плані вдосконалення послуг.

«Оздоровлення сервісу» - комплексний термін, яким позначають систематичні зусилля фірми, спрямовані на вирішення проблеми, яка виникає через недоліки в обслуговуванні, аби зберегти гарне ставлення споживача [2, с. 212].

Ефективне оздоровлення бізнесу вимагає обґрунтованих заходів, спрямованих не на згладжування інциденту, а на усунення проблем і відповідне поводження зі скривдженими клієнтами. Недопустимим для підприємства є використання ним неефективної стратегії оздоровлення, оскільки навіть одна проблема може зруйнувати довіру клієнта до фірми за різних обставин: непростимий промах (наприклад, неправдива інформація клієнтові, з боку постачальника послуг); проблема є осередком невдачі, а не ізольованим інцидентом; зусилля спрямовані на виправлення ситуації, занадто слабкі та недостатні і покликані скоріше загладити її, ніж виправити.

Вважаємо, що зусилля, спрямовані на розробку процедури оздоровлення сервісу, повинні прийматися з огляду мікросередовища підприємства сфери послуг та кола проблем, з якими клієнти зіштовхуються. Елементи ефективної системи оздоровлення сервісу представлено на рисунку 1.

З метою підвищення ефективності системи оздоровлення сервісу пропонуємо здійснення систематизації процесу розгляду скарг через розробку і впровадження системи управління скаргами. На нашу думку, система управління скаргами має являти собою набір взаємопов'язаних елементів, якими доцільно користуватися підприємству сфери послуг для впровадження політики щодо скарг споживачів і, які ставить найвище керівництво у цій сфері. В політиці, керівництво компанії має підкреслювати, що скарги розглядаються в якості цінних можливостей поліпшити відносини з споживачами. Таким чином, скаргу потрібно розглядати як ефективний механізм зворотного зв'язку між клієнтами та постачальником.

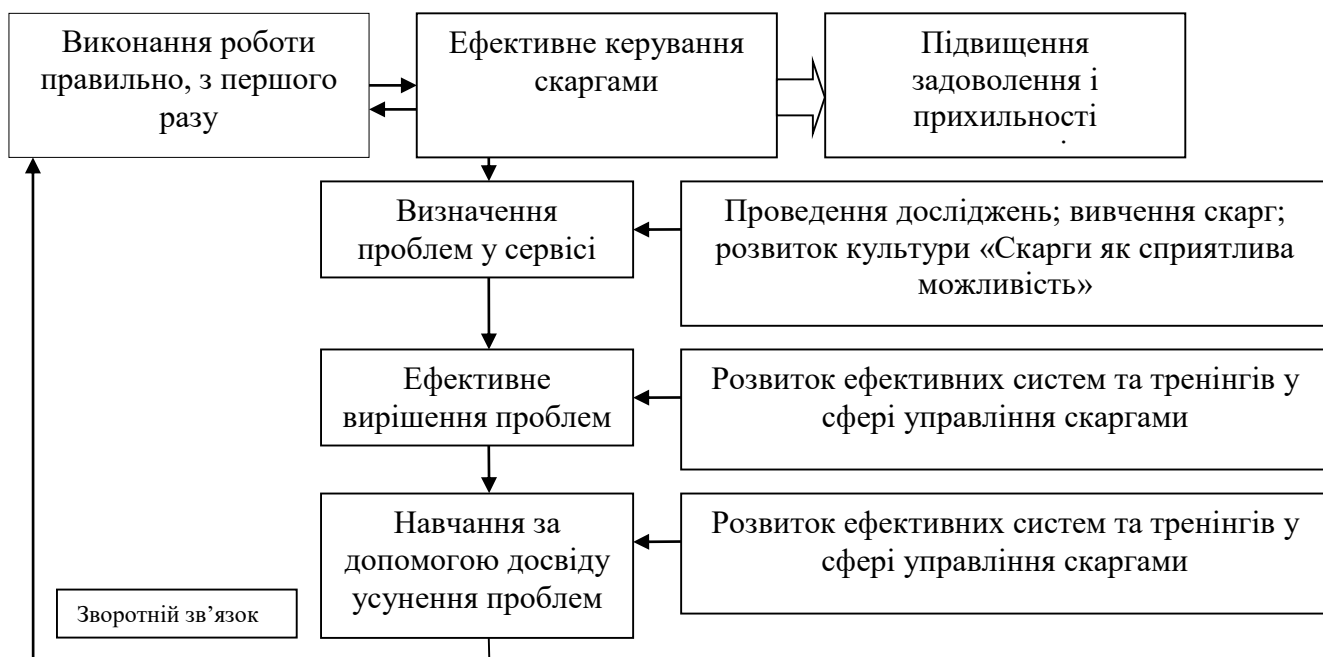


Рис. 1. Елементи ефективної системи оздоровлення сервісу

Джерело: складено авторами за [2, с. 213]

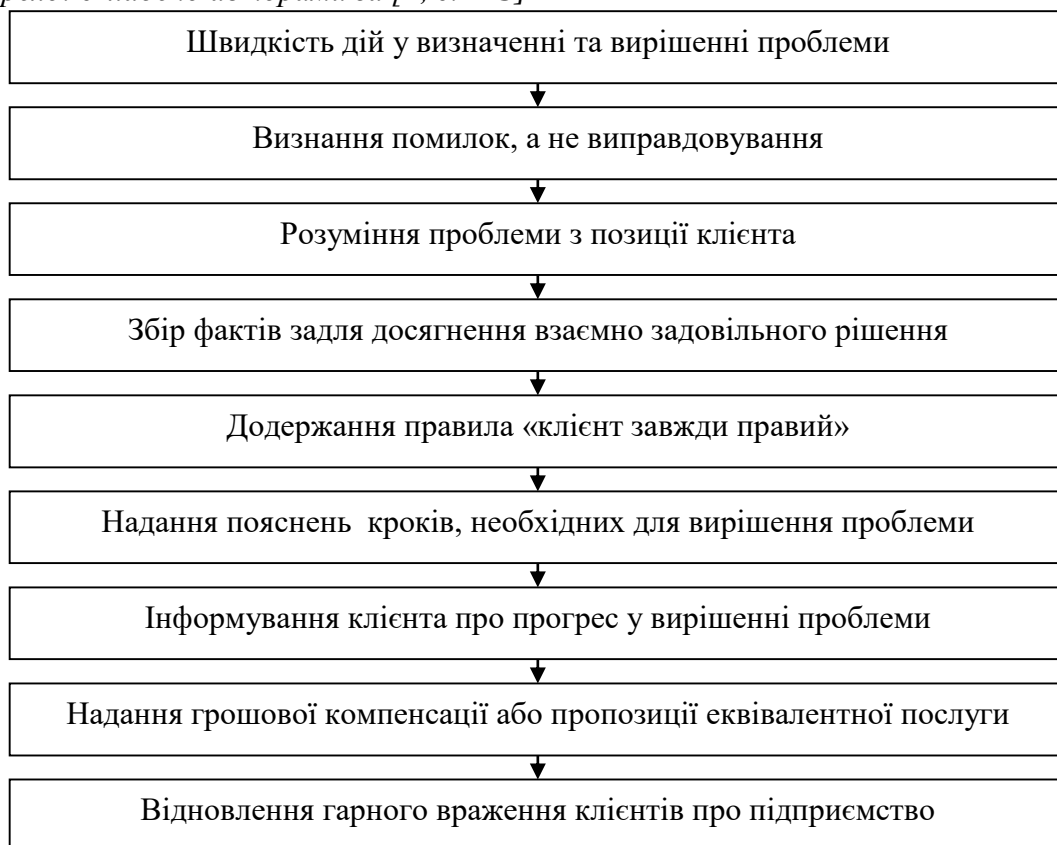


Рис. 2. Алгоритм вирішення проблем в сфері послуг

Джерело: власні розробки авторів

Вважаємо, що запропонована система розгляду звернень споживачів дозволить клієнтам легко знаходити інформацію про те, куди і як подавати скарги, про те, як їх скарга буде опрацьована. Персонал підприємства має

забезпечувати дотримання алгоритму розгляду скарг, вчасність відповідей, проведення моніторингу дотримання часових рамок для розв'язання скарг (рис. 2).

Отже, встановлення зворотного зв'язку з покупцем за допомогою скарг, пропозицій і компліментів надає засоби для підвищення задоволення покупця. Переконані, що сервісним фірмам необхідно розробляти ефективні стратегії в виправленні невдач в обслуговуванні таким чином, щоб зберегти позитивну думку споживача про себе. Це життєво важливо для забезпечення тривалого успіху підприємства на ринку послуг.

Список використаних джерел

1. Стоянов Г. Маркетингові методи щодо розширення клієнтської бази кредитних спілок. Економіст. 2013. №8. С. 54 - 57.
2. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: Навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал». 2005. 560 с.

Муштай В.А.

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Вовк В.І.

магістрант

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Продовж останніх років переважна більшість вітчизняних аграрних підприємств для забезпечення успіху на ринку сільськогосподарської продукції застосовує в своїй діяльності різноманітні маркетингові інструменти. Проте, досягнення найкращого результату виробничо – комерційної діяльності можливе за умови, коли маркетингова діяльність підприємства буде розглядатись і організовуватись як цілісна система. Широке коло фахівців з питань маркетингу в різних галузях економіки здійснюють науковий супровід цих процесів. В своїх роботах науковці детально розглядають сутність системи маркетингу підприємства, принципи її формування та функціонування, а також напрямки подальших перспектив її розвитку. Разом з тим, для аграріїв дане питання все ще залишається недостатньо розкритим та потребує подальших розробок.

Вивчення нами наукової літератури з окресленої проблематики вказує на те, що на даний момент часу не має одностайного та загальноприйнятого визначення категорії «система маркетингу аграрних підприємств». Науковці в своїх публікаціях досліджуючи дане питання застосовують різні, зокрема найчастіше використовуються: «система агромаркетингу», «система

сільськогосподарського маркетингу у функціонуванні підприємств», «система сільськогосподарського маркетингу області», «система маркетингу зерно продуктового комплексу» та «система маркетингу зернопереробних підприємств», «маркетингова система в аграрному секторі», «система маркетингової діяльності».

Нами була здійснена спроба систематизувати визначення даної категорії. Так, наприклад на думку Мазко Т.І. система маркетингу підприємства – це сукупність елементів, які володіють самостійністю і цілісністю, знаходяться в безперервній цілеспрямованій взаємодії та взаємовідносин щодо формування й розвитку попиту на товари та послуги з метою забезпечення довгострокових конкурентних переваг з урахуванням змін у динамічному маркетинговому середовищі на всіх рівнях управління [1, с. 300].

Романовська В.А. вважає, що систему маркетингу підприємства можна визначити як взаємозалежний комплекс елементів, що орієнтовані на формування і постійний розвиток процесу обміну, щоб зробити цей обмін взаємовигідним для партнерів [2, с. 84].

Проте, на нашу думку, науковці Інституту аграрної економіки, найбільш повно розкрили поняття системи маркетингу - це цілісне утворення, що складається із взаємопов'язаних (взаємодіючих) структурних елементів і володіє новими якісними характеристиками у відношенні до них. Дана система включає різноманітні потоки продукції (канали маркетингу), безліч посередників (підприємство в системі маркетингу - організація управління маркетингом) та різноманітні форми ділової активності (функції маркетингу) [3, с. 12 - 17].

Щодо підприємств аграрного сектору економіки, то авторський колектив науковців у складі професора Сахацького М.П., професора Запші Г.М. та науковця Белевят О.А. дають своє визначення категорії «система маркетингу сільськогосподарського підприємства» і трактують її як «внутрішньо організовану по відношенню до зовнішнього середовища сукупність взаємопов'язаних складових (економічних, соціальних, організаційних, технічних та технологічних), цілісна єдність яких забезпечує, з одного боку, задоволення потреб споживачів, а з іншого - досягнення господарюючим суб'єктом поставлених цілей» [4, с. 32]. Також, поряд з визначенням автори виділяють підсистеми даної системи (маркетингову інформаційну підсистему, підсистему управління маркетингом та підсистему засобів маркетингу), чітко окреслюють її завдання та основні функції. Ми повністю поділяємо дану точку зору.

Отже, науковці в галузі маркетингу по-різному підходять як до інтерпретації самого поняття «система маркетингу», так і до кількісного визначення її складових. Зокрема, Балабанова Л.В. з групою авторів зазначають, що система маркетингу підприємства має складатися з трьох основних елементів: організаційно – управлінського елементу – це служба (відділ) з організації маркетингу в підприємстві; основною задачею якої є

забезпечення підприємства та його функціональних підрозділів достовірною інформацією про ринкове середовище і здійснення управління їхню роботою за вимогами ринку; дослідницький елемент - це різноманітні методи, прийоми та методології оцінки ефективності всієї маркетингової діяльності підприємства за елементами комплексу маркетингу; програмно-контрольний елемент - цільові програми і контроль маркетингу в підприємстві, за для можливості розробки стратегії, тактики й оперативної ринкової діяльності підприємства на різні часові періоди з огляду на можливості та загрози ринкового середовища та сильні і слабкі сторони самого підприємства [5, с. 231 - 235].

Структуру системи маркетингу аграрного підприємства подано на рисунку 1.



Рис.1. Складові системи маркетингу аграрного підприємства

Джерело: складено авторами за [6, с. 263]

Обґрунтований нами теоретичний базис щодо формування системи маркетингу аграрних підприємств, може бути визначений як наукова основа для створення єдиної та реально діючої системи маркетингу сільськогосподарських підприємств. Надані узагальнення дозволить суб'єктам аграрного бізнесу грамотно будувати свою маркетингову діяльність, що сприятиме економічному зростанню та розвитку вітчизняного аграрного сектору економіки.

В підтвердження того, що навіть мінімальний рівень знань в області маркетингу та використання їх в практичній діяльності аграрних підприємств сприятиме підвищенню результатів їх господарювання пропонуємо результати нашого дослідження на прикладі ТОВ «Урожайна країна» (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка впливу маркетингових заходів на результат діяльності підприємства

Показники	2015р.	2016р.	2017р.	2017р. від 2015 р.(+;-)
Товарооборот на одиницю рекламаций, тис. грн.	624,6	1037,6	1274,0	649,4
Ефективність просування, тис.грн.	11,543	20,593	16,528	4,985
Темпи росту обсягів продажу продукції (послуг),%	127,19	195,43	153,60	26,41
Коефіцієнт валового прибутку	0,315	0,269	0,409	0,094
Коефіцієнт чистого прибутку	0,201	0,138	0,256	0,055
Коефіцієнт окупності власного капіталу	0,238	0,242	0,408	0,170

Джерело: власні розрахунки авторів

Так, збільшення кількості рекламаций та витрат на маркетинг за останні роки на 12 одиниць та 3,54 рази, сприяли збільшенню товарообігу та підвищенню коефіцієнтів валового прибутку та окупності власного капіталу на 26,41 п. в., 0,094 та 0,170. Невисоке значення коефіцієнту чистого прибутку обумовлено збільшенням витрат на виробництво та реалізацію продукції внаслідок інфляційних процесів в державі.

Таким чином, виходячи з викладеного, погоджуємося з думкою науковців з маркетингу, що ефективність виробництва в аграрній сфері, без сумніву залежить від багатьох факторів, вагомим з яких слід вважати рівень маркетингової діяльності в господарстві. Безумовно, у сучасних ринкових умовах ведення виробничо – комерційної діяльності, саме налагоджена система маркетингу являється ефективним господарським інструментом у конкурентній боротьбі. Вважаємо, що для підвищення показників ефективності господарської діяльності аграрні підприємства мають спрямувати свої зусилля і на вирішення питань зі створення та забезпечення ефективного функціонування служб (відділів) маркетингу, формування маркетингової інформаційної системи; розробки стратегії і тактичних дій маркетингу та здійсненням маркетингового контролю, а також кадровим забезпеченням окреслених процесів.

Список використаних джерел

1. Мазко Т.І. Система маркетингу: принципи формування, функціонування та розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 32. С. 299-302.
2. Романовська В.А. Маркетинг та його елементи з позицій системного підходу. Визначення поняття «система маркетингу». «Управління розвитком». 2009. № 21. С. 83-85.
3. Малік М.Й., Пулім В.А., Дудар Т.Г. Методичні рекомендації з формування і функціонування системи маркетингу аграрних підприємницьких структур. К.: «ІАЕ» УААН, 2009. 49 с.

4. Белевят О.А., Сахацький М.П., Запша Г.М. Наукові основи формування системи маркетингу в сільськогосподарських підприємствах. Економіка харчової промисловості. 2009. № 1. С. 31-34.

5. Балобанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. Посіб. К.: Центр учб. л-ри, 2012. 612 с.

6. Мельничук О.І., Лопотан Л.В. Сутність системи маркетингу в аграрних підприємствах. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2013. № 3. С.259-267.

Муштай В.А.

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Шумейко К.О.

магістрант

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

МЕТОД СЦЕНАРІЇВ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Управління збутом займає особливе місце в системі маркетингу аграрних підприємств. Адже це саме той інструмент, який дає змогу зберегти споживні цінності сільськогосподарської продукції, що виробляється підприємством в ланцюгу від виробника до споживача та отримати при цьому економічний результат.

Більша частина агропромислових виробників визнає, що застосування маркетингових підходів у збутовій діяльності не розкіш, а необхідність. Проте, спостерігається нерозуміння суті процесу, фрагментарність в управлінні, неорганізоване та безсистемне застосування окремих елементів маркетингово-збутової системи, що не дає очікуваного позитивного результату. Подібні помилки управління дорого коштують підприємству, суттєво зменшуючи доходи [1, с.185].

Результатами добре налагодженої системи управління збутовою діяльністю є економічні вигоди. Про ефективність управління свідчать збільшення кількості замовлень, стабілізація попиту, зменшення ризиків поставок, скорочення витрат на маркетинг і логістику [1, с.188].

Добре налагоджену систему збуту завжди позитивно сприймуть покупці, для них це найперше задоволення потреб, комфортне придбання, відчуття небайдужості до них як споживачів. Саме налагоджене управління маркетингово - збутовою діяльністю є важливим потенціалом розвитку в умовах конкурентного середовища [2, с.100].

Розробка політики розподілу є невід'ємною частиною програми маркетингу будь – якого аграрного підприємства. З огляду на здійснений

аналіз та оцінку системи управління політикою розподілу продукції в ТОВ «Агрокім», нами виявлені недоліки в її організації, тому здійснено спробу визначити напрямки з подальшого підвищення її ефективності.

Через використання SWOT-аналізу встановлено зв'язки між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами) і слабкостями, результати якого покладено в основу формулювання і вибору загальної та збутової стратегій підприємства.

Визначено, що ринок де працює обране підприємство має більше загроз ніж можливостей. Тому, ТОВ «Агрокім» має використовувати свої сильні сторони, які переважають, для нейтралізації зовнішніх загроз, а не для зростання, тобто переходити до позиційної оборони, що характерно для стратегії «Максі - Міні».

За виявленою не сприятливою ситуацією на ринку де здійснює свою діяльність ТОВ «Агрокім», а також враховуючи вкрай низький рівень товарності за ячменем ярим (5%) та не стовідсоткову реалізацію кукурудзи на зерно (87,3%), насіння соняшнику (96,8%) та молока (93,1%) запропоновано, з огляду на виробничо – збутовий потенціал підприємства, розширити межі збуту сільськогосподарської продукції, тим самим вирішити проблему «недореалізації» продукції та покращити показники ефективності збутової діяльності.

Вважаємо, що з метою досягнення поставленої мети – розширення меж ринку збуту ТОВ «Агрокім» через вихід на новий цільовий сегмент та, в подальшому, зміцнення позицій на існуючому та новому ринках збуту, керівництво підприємства має здійснювати стратегічне маркетингове планування виробничо – комерційної діяльності.

Варто відзначити, що збут аграрних підприємств, які працюють в ринковій економіці, є динамічним процесом, тому потребує своєчасної адаптації до змін конкурентного середовища [3, с. 49].

Тому, при розробці стратегічно – маркетингового плану запропоновано використання методу розробки сценаріїв, що дозволить побудувати підприємству декілька версій сценаріїв розвитку подій у майбутньому. На основі отриманих результатів аналізу керівництво підприємства зможе сформувати ефективні та гнучкі до змін зовнішнього середовища стратегії. Запропоновано формувати три основні сценарії розвитку: оптимістичний, песимістичний, найбільш реалістичний.

На нашу думку, найбільш реалістичний сценарій має складатися з тенденцій, які, швидше за все, відбудуться, незалежно від потенційної сили позитивних чи негативних ефектів.

Прогнозування тенденції зміни величини чистого доходу від реалізації здійснено на основі трендової моделі $\tilde{Y}_t = a_0 + a_1 t$ застосовуючи аналітичне вирівнювання, метод найменших квадратів. За результатами розрахунків параметрів рівняння отримано трендову модель: $y_t = 32647,0 + 6907,9t$.

Перевірка адекватності моделі та статистичної значущості оцінок їх параметрів надала підстави для висновку щодо можливості їх застосування в прогнозуванні значень чистого доходу від реалізації продукції підприємства.

Використання методу екстраполяції дозволило отримати прогнозовані значення величини чистого доходу від реалізації на наступні три звітні періоди (табл. 1).

Складаючи оптимістичний сценарій запропоновано здійснювати вибірку чинників та показників, які мають найбільший позитивний вплив на діяльність підприємства.

Песимістичний сценарій має містити ті тенденції, що мають негативний вплив на організацію. При формуванні песимістичного сценарію вважаємо за доцільне використовувати показники оцінки зведених профілів маркетингового

Таблиця 1

Фактичні та прогнозні значення показників чистого доходу від реалізації за реалістичним сценарієм

Фактичні періоди	Фактичні значення чистого доходу від реалізації, тис. грн.	Прогнозні періоди	Прогнозні значення чистого доходу від реалізації за реалістичним сценарієм, тис. грн.
2016	27041,0	t+1	57410,9
2017	33734,0	t+2	64318,8
2018	50503,0	t+3	71226,7
Середньорічний темп зростання, %	136,64	Середньорічний темп зростання, %	111,35

Джерело: власні розрахунки авторів

макро – і міросередовища з найменшими значеннями. Для оптимістичного – дані показники з найбільшими значеннями (табл. 2).

Таблиця 2

Прогнозні значення показників чистого доходу від реалізації за оптимістичним та песимістичним сценаріями

Періоди	Прогнозні значення чистого доходу від реалізації за реалістичним сценарієм, тис. грн.	Прогнозні значення чистого доходу від реалізації за песимістичним сценарієм, тис. грн.	Прогнозні значення чистого доходу від реалізації за оптимістичним сценарієм, тис. грн.
t+1	57410,90	54540,20	63151,99
t+2	64318,80	61102,90	70750,68
t+3	71226,70	67665,40	78349,37
Середньорічний темп зростання, %	111,35	111,35	111,35

Джерело: власні розрахунки авторів

Наступним кроком у процесі запропонованого напрямку має стати саме формування основних сценаріїв розвитку подій в майбутньому з огляду на прорахований чистий дохід від реалізації за умови опанування нового ринку.

У процесі моделювання реалістичного сценарію запропоновано враховувати ймовірність виникнення та силу впливу фактора з визначенням конкретної тенденції розвитку та використовувати для визначення планових показників метод екстраполяції.

На підставі ретроспективних даних за період з 2015 року по 2018 рік та з урахуванням перспектив роботи на новому цільовому сегменті з огляду на його привабливість та достатній рівень потенціал ТОВ «Агрокім», спрогнозовано за реалістичним сценарієм розвитку збільшення обсягів реалізації продукції на 6907,90 тис. грн., що становитиме 13,68% за аналогічний показник 2018 року. При цьому, не зважаючи на зростання собівартості реалізованої продукції на 13,60% сума чистого прибутку зросте до рівня 21454,81 тис. грн., що перевищить показник звітного року на 3417,81 тис. грн. або 18,95%. Рівень сукупної рентабельності при цьому має збільшитися на 2,75 в.п. від попереднього року. Вважаємо, що дані результати можуть бути досягнуті внаслідок більш активної та ефективної маркетингової збутової діяльності, що обумовлюється прогнозованим зростанням витрат на збут на 41,73%.

Отже, ефективне формування та розвиток маркетингової збутової політики, системи розподілу зокрема, на основі стратегічного планування з використання методу розробки сценаріїв дозволить аграрним підприємствам вчасно реагувати на зміни зовнішнього конкурентного середовища та сприятиме досягненню поставлених цілей.

Список використаних джерел

1. Панухник О.В. Маркетингово - збутова діяльність сільськогосподарських підприємств: засади формування системи управління. Вісник Сумського національного аграрного університету. Випуск 12 (70). Серія «Економіка і менеджмент». 2016. С. 184-188.
2. Гришова І. Ю., Зайцев Ю.А. Ефективність маркетингово - збутових систем аграрних підприємств на цільових продуктових ринках. Проблеми і перспективи економіки та управління : науковий журнал. Черніг. нац. технол. ун-т. 2016. № 1(5). С. 99-108.
3. Кучер О. В. Збутова діяльність аграрних підприємств на основі маркетингових стратегій. Економіка АПК. 2012. № 4. С. 49-70.

*Назаренко М. Є.
головний судовий експерт відділу товарознавчих та
гемологічних досліджень
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний
центр МВС України, м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ АВТОМАГНІТОЛИ «PIONEER» ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВО-ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Із процесу ідентифікації починаються, всі види експертизи, у тому числі й судово-товарознавча. Даний етап експертизи є визначальним, оскільки якщо отримано негативний результат ідентифікаційної частини, то необхідність проведення подальшої експертизи відпадає.

Варто зазначити, що судово-товарознавча експертиза розпочинається з ідентифікації товарів, а саму процедуру ідентифікації починають із формулювання мети та визначення ідентифікації конкретних товарів. В цілому, ідентифікаційна діяльність здійснюється за критеріями. Завдання встановлення критеріїв і проведення досліджень за ними полягає у визначенні й порівнянні властивостей (показників) дослідних об'єктів. Вибір критеріїв залежить від умов, об'єктів, їх взаємодії, мети ідентифікації. Критерій ідентифікації – ознака конкретного товару, яка придатна для встановлення його відповідності (тотожності) зразку, інформації в товаросупровідних документах, вимогам нормативним, технічним, а також приналежності до групи однорідних товарів.

Під час вибору критеріїв ідентифікації враховують її значущість. Так, найбільш важливим критерієм ідентифікації є найменування продукції. Ідентифікація фірмової назви проводиться практично одночасно з ідентифікацією фірми-виробника □1□.

Автомагнітола – це головний пристрій в машині, який складається з комбінації радіоприймача і програвача звуку з одного з пристроїв зберігання інформації. Головний пристрій в системах автозвуку – це джерело звуку і пристрій, який керує всією системою.

Японська корпорація Pioneer Corporation добре відома користувачам з усього світу своєю електронікою для дому та автомобіля. Аудіотехніка з товарним знаком Pioneer відрізняється надійністю і функціональністю, її поважають шанувальники якісного звучання.

Об'єктом дослідження є автомагнітола «PIONEER» модель «MVH-150UB», (рис. 1-2).



Рисунок 1 – Загальний вигляд об'єкта дослідження



Рисунок 2 – зображення маркувальних позначень об'єкта дослідження

Згідно із п. 51 Національного стандарту №1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» [2], оцінка майна передбачає здійснення ідентифікації об'єкта оцінки. Наданими на дослідження ініціатором експертизи матеріалами не пояснюються суттєві розбіжності між ознаками оригінальної продукції бренду «Pioneer» та наявними параметрами об'єкта наданого на дослідження.

Ідентифікацію проводять органолептичним шляхом методом неруйнівного контролю, піддаючи ретельному візуальному огляду автомагнітоли. Метою цього етапу є визначення виробника автомагнітоли, відповідності його маркування, технічних характеристик, сервісних функцій і цінового рівня досліджуваного об'єкту [3].

Конструкція наданої на експертизу автомагнітоли не відповідає конструкції оригінальної автомагнітоли «Pioneer MVH-150 UB», а саме: відрізняється за зовнішнім виглядом передньої панелі, за розміром екрану та за чисельністю клавіш управління (рис. 3).

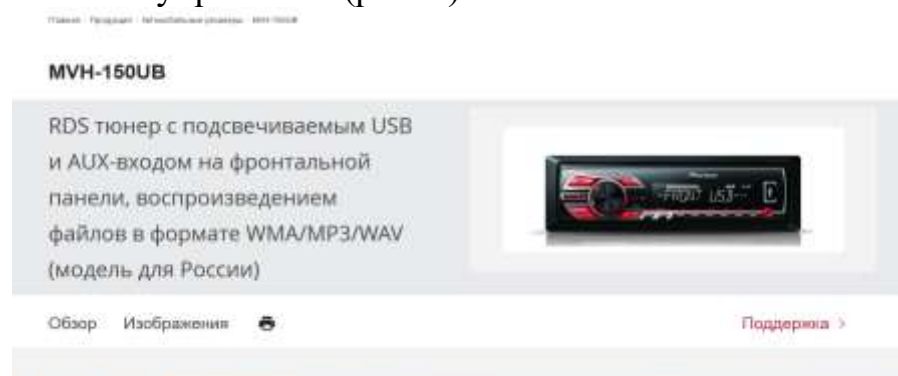


Рисунок 3 – Зображення автомагнітоли «PIONEER» модель «MVH-150UB» згідно офіційного сайту виробника

Виріб, наданий на експертизу, в офіційній торгівельній мережі відсутній. Визначення технологічних особливостей, товарного стану внутрішніх деталей наданої на експертне дослідження автомагнітоли, наявності у вказаних деталях конструктивних і експлуатаційних дефектів, а

також перевірка відповідності функціональних характеристик виробу є суто технологічними і виходять за межі компетенції експерта-товарознавця. Проведена процедура ідентифікація дала можливість встановити невідповідність наданої на дослідження автомагнітоли моделі, зазначеній ініціатором проведення експертизи, що робить неможливим подальше проведення дослідження.

Список використаної літератури

1. А.С. Браїлко Ідентифікація та методи визначення фальсифікація товарів. Полтава: ПУЕТ, 2017-223 ст.
2. Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав»: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.09.2003 № 1440 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (дата звернення: 25.03.2019).
3. В.В. Архіпов Судово-товарознавча експертиза товарів народного споживання та послуг. Теорія та практика: Навчально-практичний посібник. - Центр учбової літератури, 2008.- 306 с.

Нестеренко Н.М.

*к.ю.н., професор кафедри підприємництва і права,
адвокат*

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

*Dorota Jelonek, Doctor of Sciences in Economics, Professor
Department of Business Informatics,
Faculty of Management,
Czestochowa University of Technology, Poland*

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ УКЛАДЕННЯ ДОГОВОРІВ ОРЕНДИ ЗЕМЛІ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТА ВЕДЕННЯ ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

На сьогоднішній день одним чи не із найболючіших та складних питань ведення аграрного підприємництва є питання отримання земель державної та комунальної власності сільськогосподарського призначення на умовах оренди. Особливо гостро це питання стоїть при створенні фермерського господарства, оскільки без наявності правовстановлюючих документів, які засвідчують право власності або право користування земельною ділянкою сільськогосподарського призначення фермерське господарство не може бути зареєстроване як суб'єкт підприємницької діяльності.

Поза увагою цього дослідження залишаються величезні проблеми корупції в сфері земельних відносин, фізична обмеженість земельних ресурсів в тому чи іншому регіоні, що напряму пов'язані з реалізацією можливості

створити та розвивати власний аграрний бізнес. Акцент же робиться на проблемах правового регулювання відносин оренди земель сільськогосподарського призначення державної та комунальної власності, зокрема, укладенні договору оренди землі.

Так, відповідно до статті 1 Закону України «Про оренду землі» від 06.10.1998 р. оренда землі - це засноване на договорі строкове платне володіння і користування земельною ділянкою, необхідною орендареві для проведення підприємницької та інших видів діяльності [5].

Стаття 13 вищевказаного Закону визначає договір оренди землі як договір, за яким орендодавець зобов'язаний за плату передати орендареві земельну ділянку у володіння і користування на певний строк, а орендар зобов'язаний використовувати земельну ділянку відповідно до умов договору та вимог земельного законодавства [5].

Типова форма договору оренди землі затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2004 р. № 220. Пунктом 40 Типової форми трудового договору передбачено, що «...Право на орендовану земельну ділянку (ореновані земельні ділянки) у разі смерті фізичної особи - орендаря, засудження або обмеження її дієздатності за рішенням суду переходить (не переходить) - (непотрібне закреслити) до спадкоємців або інших осіб, які використовують цю земельну ділянку (ці земельні ділянки) разом з орендарем» [6].

Як бачимо, законодавець надав право органу, який є розпорядником земель сільськогосподарського призначення державної чи колективної власності, самостійно визначати в договорі оренди землі правові наслідки, які потягне за собою смерть фізичної особи-орендаря: в першому випадку право оренди переходить до спадкоємців, в другому випадку – ні.

Слід звернути увагу на те, що жодним нормативно-правовим актом в Україні не регламентовано, які критерії мають лежати в основі такого рішення уповноваженого органу. В 99% випадків орган, який є розпорядником земель сільськогосподарського призначення державної чи комунальної власності, в договорі оренди землі зазначає, що після смерті фізичної особи-орендаря право користування земельною ділянкою не переходить до спадкоємців.

Проте вважаю, що зазначення такого пункту в договорах оренди землі сільськогосподарського призначення для створення та ведення фермерського господарства прямо суперечить нормам чинного законодавства, зважаючи на наступне.

Відповідно до ч. 5 ст. 93 Земельного кодексу України право оренди земельної ділянки може відчужуватися, у тому числі продаватися на земельних торгах, а також передаватися у заставу, спадщину, вноситися до статутного капіталу власником земельної ділянки – на строк до 50 років, крім випадків, визначених законом [3].

Частина 1 ст. 7 Закону України «Про оренду землі» не передбачає випадків, при наявності яких у договорі оренди землі має встановлюватись

обмеження щодо переходу права на орендовану земельну ділянку до спадкоємців [5].

Як вже зазначалося вище, особа набуває право на створення і ведення фермерського господарства лише після одержання державного акта на право власності на земельну ділянку або укладення договору оренди земельної ділянки та його державної реєстрації.

Тобто, аналіз наведених норм законодавства дає підстави для висновку про те, що фермерське господарство може бути створено та зареєстровано лише після отримання земельної ділянки у власність або в оренду.

Пункти 4 та 6 статті 3 Цивільного кодексу України до загальних засад цивільного законодавства відносять свободу підприємницької діяльності, яка не заборонена законом, а також справедливість, добросовісність та розумність [2]. Свободу підприємницької діяльності проголошує і стаття 42 Конституції України [1].

Відповідно до статті 80 Цивільного кодексу України юридичною особою є організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку [2].

Статтею 1 Закону України «Про фермерське господарство» останнє також визнається формою підприємницької діяльності громадян і підлягає державній реєстрації як юридична особа або як фізична особа-підприємець. Фермерське господарство може бути створене одним громадянином України або кількома громадянами України, які є родичами або членами сім'ї, відповідно до закону [4].

Відповідно до статті 12 Закону України «Про фермерське господарство» землі фермерського господарства можуть складатися із [4]:

- а) земельної ділянки, що належить на праві власності фермерському господарству як юридичній особі;
- б) земельних ділянок, що належать громадянам - членам фермерського господарства на праві приватної власності;
- в) земельної ділянки, що використовується фермерським господарством на умовах оренди.

Права володіння та користування земельними ділянками, які знаходяться у власності членів фермерського господарства, здійснює фермерське господарство.

Відповідно до статті 23 Закону України «Про фермерське господарство» успадкування фермерського господарства (цілісного майнового комплексу або його частини) здійснюється відповідно до закону [4].

Згідно із ст. 1218 ЦК України до складу спадщини входять усі права та обов'язки, що належали спадкодавцеві на момент відкриття спадщини і не припинилися внаслідок його смерті [2].

Право оренди земельної ділянки не відноситься до закріпленого в ст. 1219 ЦК України переліку прав та обов'язків особи, які не входять до складу

спадщини [2]. Тобто, за загальним правилом, право оренди земельної ділянки включається до спадщини.

Окрім цього, слід зазначити також те, що правове регулювання суспільних відносин здійснюється на основі двох типів правового регулювання:

- загальнодозвільного - ґрунтується на загальному дозволі, в межах якого закон встановлює заборони на здійснення конкретних дій. Базується на принципі - дозволено все, що прямо не заборонено законом. У контексті цього типу виникають цивільні, трудові, сімейні, житлові та інші правовідносини;

- загальнозабороняючого - ґрунтується на загальній забороні, в межах якої закон встановлює конкретні дозволи. Базується на принципі - заборонено все, що прямо не дозволено законом (дозволено тільки те, що прямо передбачено законом). За цим типом встановлюються правові статуси та функції державних органів та державних службовців, посадових осіб.

До основних принципів права відносяться принцип свободи, принцип рівності, принцип справедливості, принцип гуманізму, принцип демократизму та принцип законності. Принцип законності в діяльності органів виконавчої влади впливає із загальнішого конституційного принципу верховенства права (ст. 8 Конституції України) і полягає в тому, що органи державної влади організуються і діють лише на підставі та в спосіб, що передбачені Конституцією і законами України (ст. 19 Конституції України) [1].

Отже, положення договорів оренди земель сільськогосподарського призначення щодо не переходу до спадкоємців права на орендовану земельну ділянку, яка надавалася для створення та ведення фермерського господарства, у разі смерті фізичної особи-орендаря не відповідає нормам чинного законодавства, оскільки порушує їх права як спадкоємців.

В зв'язку з цим в чинному законодавстві України, зокрема, в Законі України «Про оренду землі» мають бути чітко визначені випадки, коли право на орендовану земельну ділянку у разі смерті фізичної особи-орендаря переходить чи не переходить до спадкоємців. Це буде сприяти вдосконаленню правового регулювання орендних земельних відносин, підвищення ефективності реалізації прав громадян, єдності в правозастосуванні.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1998 р. № 254/96-ВР // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
3. Земельний кодекс України від 25.10.2001 р. № 2768-III // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>
4. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 р. № 973-IV // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

5. Про оренду землі: Закон України від 6.10.1998 р. № 161-XIV // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

6. Типова форма договору оренди землі, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2004 р. № 220 // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

*Ніколайчук Л.Г.,
к.т.н., доцент кафедри товарознавства
та технології непродовольчих товарів,
Григорик О.Г.,
студентка (1-й курс магістратури),
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів, Україна*

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

Людство завжди виявляло підвищений інтерес до дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння. В наші дні виправданий інтерес до дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння виявляють не тільки громадяни, а й держава. Внаслідок того, що коштовності являють собою особливий вид матеріальних цінностей, їх використання в будь-якій сфері має особливий вплив на економічні, зокрема, фінансові відносини.

Ринок ювелірних товарів відображує загальне економічне становище в державі. Останні роки в Україні було зареєстровано близько 700 виробників ювелірних товарів, коли у 2014 р. їх було 1 180, а у 2015 р. – 903. Причини такої тенденції Українського ринку дві: 1-ша – де-які ювелірні компанії залишились на окупованій території і 2-га – це введення з 01.01.2015 р. нового збору при клеймуванні (10% вартості дорогоцінного металу в сплаві) [1].

Лідируючі позиції за обсягами виробництва займають Київська і Харківська області. Найбільшими виробниками ювелірних виробів із золота є ювелірний завод «Золотий вік», ДП «Львівський державний ювелірний завод», «Столична ювелірна фабрика», ювелірний завод «Діамант 13», ТОВ «Всесвіт», Дніпропетровська ювелірна фабрика «Едем» та ін.; зі срібла - Харківський ювелірний завод, ВКП «Брюс», ДП «Львівський державний ювелірний завод», ювелірний завод «Аврора» та ін.

За даними державної фіскальної служби України [2] об'єм імпорту в декілька разів перевищує об'єм українського експорту і спостерігається їх стрімке скорочення. Основними постачальниками є Тайланд, Франція та Італія. Але, разом з офіційним, функціонує і «чорний» ринок, основними учасниками якого є Туреччина, Росія, Китай тощо[3]. В свою чергу, Україна експортує до країн СНД: Російської Федерації, Молдови, Білорусі, а також значну частку (приблизно по 17 %) до Франції та Німеччини. Щодо якості, правильності клеймувань, визначення проби та показників ювелірних каменів

(наприклад, каратів) і в результаті справедливості ціни – виробів з «чорного» ринку - хоче бажати кращого...

Проблема оцінювання якості ювелірних виробів полягає у їх специфічності, а саме, в тому, що сировинні матеріали - ювелірні камені і метали – це окремий товар, який має окремі властивості, формуючі показники якості та особливості експертизи та методів її досліджень. Якість ювелірних товарів, які є високохудожніми виробами тонкої роботи, повинна в першу чергу відповідати зростаючим естетичним потребам споживачів. Разом з тим ці вироби повинні задовольняти утилітарні потреби людини. Висока якість ювелірних товарів визначається застосуванням матеріалів, вдалою моделлю і вишуканою конструкцією, тонким художнім виконанням, добротною обробки і надійністю в експлуатації.

Якість матеріалів для виготовлення ювелірних виробів повинна відповідати вимогам діючих стандартів, технічних умов, а також номенклатурі матеріалів, дозволених Держсанінспекцією Міністерства охорони здоров'я України. Модель і конструкції виробів повинні відповідати затвердженому зразку, технічним умовам або технічним описам, кресленням і технічній документації по малюнку, розмірам, формі і призначенню, а також забезпечувати зручність користування ними.

Контроль за якістю ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння здійснюється органами, які здійснюють державний пробірний контроль, під час проведення перевірок [4].

Згідно Положення [5] Пробірний контроль за якістю виробу з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння - перевірка відповідності виробу вимогам чинних нормативно-правових актів (державних стандартів, технічних умов, положень, правил) у частині вмісту основного дорогоцінного металу у сплаві (сплавах), з якого (яких) виготовлено виріб, наявності на виробі відбитка (відбитків) державного пробірної клейма України, спеціального знака (іменника) та їхньої відповідності встановленим вимогам і правилам, а також відповідності вставки (вставок) з дорогоцінного каміння найменуванню та ваготехнічним характеристикам, зазначеним на етикетці (бирці) виробу.

В організаціях оптової торгівлі при вхідному контролі проводять 100%-ну перевірку виробів з дорогоцінними каменями і вибіркового контролю інших виробів — до 10% партії, але не менше 10 шт. На підприємствах роздрібною торгівлі проводять 100% контроль будь-яких виробів.

Контроль зовнішнього вигляду виробів, якості їх маркування і упаковки здійснюється візуально неозброєним оком у відображеному світлі електричної лампи потужністю 30-40 Вт при розміщенні джерела світла від виробу на відстані 250-300 мм.

Металічні ювелірні вироби не повинні мати раковин, тріщин, ум'ятин, шорсткості, гострих країв тощо. Декоративні покриття (емаль, золочіння, сріблення) повинні бути рівномірними, без пропусків, пазирів, подряпин і

ПЛЯМ.

Контроль якості в парних виробках повинен проводитись на білому папері і в приміщенні, в яке не попадає пряме сонячне світло. Не допускається контролювати на просвіт виробки по кольору вставки. Якість закріплення вставок контролюється візуально і легким покачуванням вставки заокругленим пластмасовим чи дерев'яним сережкам (зі сторони основи).

Якість роботи замків, булавок і шарнірних з'єднань контролюють п'ятикратним опробуванням їх в дії. Розмір каблучок і браслетів визначають універсальним інструментом, що забезпечує необхідну точність виміру.

Масу виробів із дорогоцінних металів встановлюють зважуванням на технічних вагах (вироби із сплавів золота зважують з точністю до 0,1 г). Вироби і з дорогоцінних металів не повинні мати відхилень по масі більш ніж на плюс мінус 15% номінальної величини маси виробу.

При виявленні в ході вибіркового контролю у замовника невідповідності виробів вимогам стандарта проводиться повторний контроль подвоєної кількості виробів із тієї ж партії. Результати повторного контролю є остаточними і розповсюджуються на всю партію.

Термін виявлення схованих дефектів у виробів з дорогоцінними каменями, з також у шарнірних з'єднаннях браслетів і сережок встановлений 18 місяців з дня їх продажу через підприємства роздрібною торгівлі, у інших виробів -12 місяців.

При перевірці якості звертається увага на маркування ювелірних виробів (правильність оформлення етикеток, наявність і правильність заповнення всіх реквізитів, наявність іменника і пробірної клейма) [6].

Отже, протягом останніх 5-ти років спостерігається значний спад виробництва ювелірних товарів в Україні, що пов'язано зі зменшенням кількості вітчизняних виробників, системними проблемами ювелірної галузі, а також зниженням платоспроможності населення. Щодо удосконалення оцінювання та контролю якості ювелірних виробів, то потрібно вирішити проблеми формалізації «чорного» ринку, оновлення законодавчої бази, наявності ліцензованих лабораторій, методик та обладнання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Інформаційний портал Союзу Ювелірів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://juvelir.org.ua/> – Назва з екрана.
2. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sta-sumy.gov.ua/> – Назва з екрана.
3. Попівняк Ю.М. Проблеми функціонування ювелірної промисловості України у світовому контексті та шляхи розв'язання / Ю.М. Попівняк // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 9 (147). – С. 62-69.
4. Закон України "Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними" від 18 листопада 1997 року // Електронна інформаційна

правова база "Ліга-Закон".

5. Положення про здійснення державного пробірного контролю за якістю ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, призначених для реалізації суб'єктами господарювання: Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 18 травня 2001 р. № 240 // Електронна інформаційна правова база "Ліга-Закон".

6. Артюх Т. Теоретичні основи експертизи ювелірних коштовностей // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету.- 2004.- № 2.- С.92-105

Одновол Б. Л.

студентка факультету обліку та фінансів

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Науковий керівник Дорошенко О. О.,

к. е. н., доцент кафедри фінансів і кредиту

ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Важливе значення у процесі господарської діяльності кожного суб'єкта господарювання відіграє вирішення проблеми забезпеченості необхідним і належним обсягом фінансових ресурсів, що є основою та гарантією ведення ефективного ведення бізнесу й одержання високого кінцевого фінансового результату.

Фінансові ресурси та джерела їх формування мають неабиякий вплив на забезпечення виробничої діяльності підприємства, адже через недостатню їх кількість або вибір занадто «дорогих» джерел формування підприємство може заборгувати державі, інвесторам, кредиторам, працівникам та іншим суб'єктами господарювання.

Фінансове забезпечення виробничої діяльності суб'єктів господарювання здійснюється за допомогою фінансового планування, завдяки якому можливо визначити масштаби виробництва та збуту продукції, економічне становище підприємства, а виходячи з цього – й обсяги та джерела формування фінансових ресурсів [1, с. 277].

Тож формування оптимальної структури фінансових ресурсів підприємства посідає чільне місце в процесі здійснення фінансового планування [2, с. 315]. В умовах вітчизняної економіки власники прагнуть до зростання частки власних фінансових ресурсів і самофінансування, вважаючи, що це найкращий метод досягнення цілей підприємства. Проте в ході здійснення фінансового планування варто забезпечити таке поєднання власних і позикових джерел фінансування, яке сприятиме збільшенню рентабельності капіталу, збереженню належного рівня платоспроможності, фінансової стійкості, зменшенню фінансових ризиків та середньозваженої вартості фінансових ресурсів.

Проблемами, що впливають на процес формування джерел фінансових ресурсів такі:

- а) відсутність цілісної системи фінансового управління та бюджетування на підприємствах;
- б) низький рівень інвестиційної привабливості підприємств;
- в) низький рівень підготовки менеджерів;
- г) низький рівень фінансової прозорості для інвесторів та кредиторів [3, с. 16].

Для того, щоб підприємство не зіткнулося із різними негативними проявами недостатнього рівня фінансування, фінансовим менеджерам потрібно розробити політику джерел формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечать формування належного рівня фінансової стійкості та платоспроможності, з одного боку, а з іншого – отримати зростання рентабельності власного капіталу [4, с. 42].

Оптимізація фінансової структури капіталу підприємства є однією з найбільш важливих і складних задач фінансового менеджменту. Оптимальна структура капіталу – це співвідношення власних і позикових джерел, при якому забезпечується оптимальне співвідношення між рівнем рентабельності власного капіталу та рівнем фінансової стійкості, тобто максимізується ринкова вартість підприємства.

Для того, аби виміряти сукупні економічні результати, які досягаються при поєднанні варіативного співвідношення власного й позикового капіталу підприємства, використовується показник «фінансовий леверидж». Він вимірює ефект, що полягає в підвищенні рентабельності власного капіталу за допомогою зростання частки позикових джерел в загальній сумі капіталу.

Ефект операційного важеля виявляється в тім, що будь яка зміна обсягу виторгу від реалізації приводить до непропорційної зміни прибутку.

Не менш важливим елементом є фінансове планування – це планування всіх доходів і напрямків витрати коштів для забезпечення розвитку підприємства.

Удосконалити оптимізацію джерел формування фінансових ресурсів підприємства можна за допомогою таких шляхів:

- 1) вибрати ефективні джерела залучення фінансових ресурсів за допомогою проведення розрахунків вартості залучення ресурсів із кожного з джерел;
- 2) розробити нові та якісні підходи до організації роботи у сфері фінансування підприємства;
- 3) підвищити кваліфікацію працівників, що відповідають за управління фінансами підприємств;
- 4) сформувати інформаційне забезпечення, що необхідне підприємству;
- 5) забезпечити підприємство необхідним обсягом фінансових ресурсів;
- 6) покращити структуру фінансових ресурсів;
- 7) забезпечити контроль за станом фінансових ресурсів [5, с. 90].

Якщо дотримуватися цих рекомендацій, то вже через невеликий проміжок часу підприємство зуміє оптимізувати джерела формування фінансових ресурсів та підвищити фінансову стійкість, а також зберегти позиції на ринку.

Список використаних джерел

1. Чупіс А. В. Оцінка, аналіз, планування фінансового середовища підприємства / А. В. Чупіс. – Суми : Довкілля, 2005. – 368 с.
2. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент / І. О. Бланк. – К. : Ельга, 2008. – 722 с.
3. Бойко Є. М. Сучасний стан та проблеми процесу формування фінансових ресурсів підприємства в Україні / Є. М. Бойко // Молодий вчений. – 2016. – № 5. – С. 15-16.
4. Юринець В. Є. Теоретико-ігрова оцінка тенденцій соціально-економічного розвитку держави / В. Є. Юринець // Вісник Львівського університету. Серія : Економіка. – 2005. – Вип. 34. – С. 41–47.
5. Слюсаренко К. В. Проблеми формування та використання фінансових ресурсів підприємств України в сучасних умовах господарювання / К. В. Слюсаренко, С. А. Британ // Молодий вчений. – 2015. – № 5 (20). – С. 84-91.

Олійник А. С.

к.е.н., асистент кафедри менеджменту,

Олійник Є.О.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРОПІДПРИЄМСТВ НА ТЛІ СВІТОВИХ РИНКІВ

Питання забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства в Україні набули стратегічного значення в умовах ринкової економіки і залишаються недостатньо дослідженими з точки зору галузевої специфіки, не розроблено чітких механізмів виходу підприємства на нові глобальніші ринки, не визначено та не обґрунтовано фактори впливу на основні елементи конкурентоспроможності, не обґрунтовано інструментарій оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Часткове вирішення цих проблем можливе за умови детального аналізу ринків світових ринкових структур [3, с. 312].

Проблема управління конкурентоспроможністю підприємства є однією з вагомих проблем у сучасних умовах розвитку економіки, яка відображається інтеграційними процесами, значною конкуренцією, ліберальними торговельними умовами, підвищеними вимогами до якості продукції [4, с. 10].

Тому однією з найвагоміших задач розвитку аграрних підприємств країни є досягнення конкурентоспроможності сільськогосподарської

продукції на світовому ринку, яка нерозривно взаємопов'язана з ефективним виробничим процесом, забезпеченням необхідної кількості сільськогосподарської продукції та покращенням її якості.

Передовий світовий досвід свідчить, що якість є найважливішою складовою конкурентоспроможності, але водночас, можливості збуту продукції, крім якості, вимірюються значним рядом параметрів, більшість з яких відноситься не тільки до продукції, а й до підприємства, навіть країни.

Слід зазначити, що у США контроль за рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства здійснюють на всіх стадіях життєвого циклу продукції, а сам він носить не лише контрольний, але й аналітичний характер. Такий контроль, що називають загальним, є організаційною формою розподілу прав і обов'язків між підрозділами, що пов'язані із забезпеченням конкурентоспроможності продукції підприємства [2, с. 240].

В Японії щодо конкурентоспроможності продукції підприємств склалася зовсім інша ситуація. Раніше там діяла система пірамідального контролю над підприємствами. Після поразки у Другій світовій війні були прийняті норми, подібні до тих, що існують у США. Але японці винайшли новий механізм контролю, який полягає в тому, що контрольний пакетне надається одній компанії у володіння, а розбивається на декілька і обмінюється з іншими [1, с. 292].

Оцінка рівня конкурентного середовища аграрних підприємств України у порівнянні з результатами інших країн є важливим інструментом, який налаштовує підприємства на стратегічний розвиток, а інвесторів на аналіз можливих ризиків та перспективи інвестування. Крім того, це дає змогу з'ясувати ефективність державної політики, виокремити її слабкі сторони та акцентувати увагу на пріоритетні напрямки розвитку.

Отже, аналізуючи механізми управління конкурентоспроможністю агропідприємств деяких провідних країн, слід зазначити, що Україні необхідно переймати світовий досвід управління конкурентоспроможністю, у країн, які уособлюються значно більшими показниками ВВП на душу населення, значними обсягами прямих іноземних інвестицій.

Якщо проаналізувати звіти міжнародних рейтингових агентств, то ми помітимо, що позиція України у рейтингу конкурентоспроможності протягом останніх десятиліть майже не змінюється (Україна займає місця у нижній частині рейтингів). Але треба відзначити прогрес у структурних реформах і створенні ділового клімату, сприятливого для підприємницької діяльності та інвестицій [6, с. 313].

Україна бере участь у Рейтингу IMD-Lausanne з 2007 р. За загальною оцінкою, в період з 2014 р. до 2018 р. країна спустилась по шкалі на 10 позицій, зайнявши 56 місце серед 59 світових країн. У 2018 р. рейтинг України піднявся на 1 позицію у порівнянні з 2017 р. (табл. 1).

Протягом досліджуваного періоду по групі «Інфраструктура» відбулися найменші зміни, а саме: рейтинг країни знизився на 4 сходинки до 51 місця.

Найбільші зміни відбулися по групі «Ефективність бізнесу», де рейтинг України зменшився на 9 позицій до 55 місця. Зміни по групі «Економічні показники» зменшилися на 5 позицій до 48 місця, а по групі «Ефективність державного управління» – на 8 позицій до 56 місця.

Така динаміка України на тлі інших світових країн, свідчить про постійний перехідний характер розвитку конкурентного середовища країни.

Таблиця 1

Позиція України у Щорічному рейтингу глобальної конкурентоспроможності країн світу IMD-Lausanne [7]

Назва складової Рейтингу	Місце України в Рейтингу IMD-Lausanne					2018 р. до 2014 р.	
	Роки						
	2014	2015	2016	2017	2018	(+;-)	(%)
Загальне місце	46 (з 55)	54 (з 55)	56 (з 57)	57 (з 58)	56 (з 59)	10	121,7
Економічні показники	43	50	55	55	48	5	111,6
Ефективність державного управління	48	52	56	56	56	8	116,7
Ефективність бізнесу	46	52	53	54	55	9	119,6
Інфраструктура	47	46	48	41	51	4	108,5

У нинішніх умовах основними шляхами збільшення конкурентоспроможності вітчизняних агропідприємств на світових ринках є [5]:

- поліпшення стандартизації як головного важеля фіксації та підтримання рівня якості сільськогосподарської продукції, зокрема впровадження ефективної системи управління якістю;
- запровадження у виробництво сучасних технологій, новітньої техніки;
- створення умов для покращення розвитку інноваційної діяльності;
- швидка реакція на зміни ринкової кон'юнктури;
- запобігання витоку інтелектуальних кадрів;
- запобігання диспаритету цін;
- відстоювання інтересів українських виробників.

Отже, відповідно даних міжнародних рейтингів, конкурентне середовище нашої країни має такі переваги: значний обсяг ринку, поліпшення інфраструктури, достатній рівень освіти та професійної підготовки, ефективний ринок праці та правовий механізм виконання контрактів, значну правову базу захисту прав кредиторів та позичальників, задовільні ставки митного тарифу. Сприятливими явищем також є покращення інноваційного потенціалу та технологічної готовності, прискорення подання звітності податковим органам та процедура сплати податків, зниження ступеня концентрації ринку, збільшення інтенсивності внутрішньої конкуренції.

Список використаних джерел

1. Бурачек І. В. Конкурентоспроможність продукції підприємств: сутність, методи оцінки та зарубіжний досвід управління // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – №14. – С. 288–295.
2. Господарський кодекс України: офіц. текст за станом на 20 січня 2017 р. – Х. : Одиссей, 2017. – 240 с.
3. Донець Л. Основи підприємництва : [навчальний посібник] / Л. Донець, Н. Романенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
4. Олійник А. С. Системна характеристика управління конкурентоспроможністю підприємства / А. С. Олійник, Ю. В. Вакуленко, О. Є. Гевленко // Агросвіт. – 2018. – № 18. – С. 10–16.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства [Текст] / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
6. Червиць І. В. Особливості конкурентного середовища в Україні / І. В. Червиць // Теоретичні та практичні питання економіки. – 2011. – № 26. – С. 313–332.
7. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness>.

Олійник Є. О.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства

Штефан Н. П.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр»

Спеціальності «Економіка»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Доцільність дослідження інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств зумовлена посиленням конкурентної боротьби на ринку сільськогосподарської продукції. Практика інновацій свідчить про те, що на їх шляху є ще чимало перепон, які суттєво стримують інноваційний розвиток у державі; це стратегічний напрям для підвищення ефективності функціонування галузей та регіонів. Проте ці кроки вимагають конкретного наповнення, від організації підготовки кадрів до практичної реалізації масштабних інноваційних проектів та програм [1, с. 37].

Ряд принципів питань інноваційного розвитку сільського господарства поки що не визначено, зокрема, механізми стимулювання та державної підтримки інноваційної діяльності, розширення комерційних можливостей фінансування інноваційних розробок і венчурного підприємництва, поглиблення інформаційних та економічних взаємозв'язків

між наукою й виробництвом у процесі використання інтелектуальної власності, регіональні аспекти інноваційного процесу в аграрній сфері. У сучасних умовах інноваційний розвиток підприємств аграрної сфери можливий тільки на основі відповідної моделі, яка має враховувати регіональні особливості агропромислового виробництва і можливості інноваційного розвитку. Становлення інноваційної моделі розвитку агропромислового виробництва є системною проблемою [2, с. 65].

Віддаючи належне результатам досліджень та їх ролі в збагаченні інноваційної парадигми розвитку, все ж необхідно зазначити, що до даної предметної площини досліджень майже не було включено регіональний контекст, недостатньо розкрито специфіку інноваційного розвитку сільськогосподарського виробництва, яка полягає в тому, що одночасно із застосуванням інноваційних технологій повинні враховуватись соціально–економічні чинники зайнятості населення, розвитку суміжних галузей (рослинництва, тваринництва) та недопущення зниження родючості ґрунтів.

У найширшому розумінні агроінновація – це нововведення, що реалізується в аграрній сфері. Специфіку інновацій в аграрній сфері зумовлено, особливостями самого сільського господарства, де основним фактором виробництва виступає земля, в процесі виробництва існує чітка взаємодія з живими організмами (рослинами, тваринами), виробництво має сезонний характер та високий рівень ризику. Інноваційну діяльність у сільському господарстві можна розглядати на чотирьох етапах: розробка новацій, їх апробація та перевірка, відтворення новацій, а також упровадження їх у виробництво [3].

Незважаючи на всі проблеми інноваційного розвитку, реалізація нововведень в діяльність сільськогосподарських підприємств підвищить рівень їх конкурентоспроможності та покращить ефективність виробничо-господарської діяльності в цілому, що особливо актуально у зв'язку зі світовою потребою у збільшенні рівня продовольчого забезпечення, зростанням попиту на біопальне та обмеженістю земельних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Гордієнко В.П. Інноваційний розвиток регіонів на основі технопаркової концепції / В.П. Гордієнко // Економічний простір. – 2011. – № 46. – С. 37–44.
2. Даций О.І. Фінансове забезпечення інновацій в агропромисловому комплексі України / О.І. Даций // Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку. – 2011. – № 1. – С. 65–76.
3. Офіційний web-сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.gov.ua>.

Онопрієнко І.М.

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Савицька К.О.

магістрант

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Розвиток Інтернету змінило характер і механізми комунікацій компаній з їх цільовими аудиторіями, що призвело до переосмислення наукових уявлень про масову комунікацію. Теорія масового суспільства, довгий час домінувала в науковому середовищі і пояснювала «всевладдя» медіа, поступилася місцем концепції демасофікації, згідно з якою інформаційні джерела змушені спеціалізуватися в пошуку своєї цільової аудиторії.

Досліджуючи комунікації Інтернету, необхідно зазначити про їх інтерактивний характер, завдяки яким компанії і їх цільові аудиторії знаходяться в режимі постійного багатостороннього зв'язку. Комунікаційні теорії і концепції особливо актуальні і знаходять, своє підтвердження при дослідженні нових форм комунікації. Так, бурхливо розвивається блогосфера та форми мережевого спілкування, які базуються на теоріях обмежених ефектів і соціальних мереж. Нові форми комунікацій Інтернету розвиваються відповідно до комунікаційних потреб інтернет-користувачів, таких як набуття користі, задоволення потреб в освіті, спілкуванні, грі, тощо, які є предметом вивчення класичних теорій і концепцій масової комунікації. [1]

Наукові підходи до вивчення масової комунікації, впливу медіа на масове суспільство і поведінку індивідуумів, знаходять широке застосування в діяльності комунікаційних, рекламних та PR-агентств, а також відповідних підрозділів підприємств найширшого профілю. Вибір форми та змісту рекламного або інформаційного повідомлення, часу і періодичності виходу, джерела публікації засновані на розумінні комунікаційних процесів та інструментів.

Роль комунікацій в бізнес-процесах фірми доцільно розглядати в парадигмі маркетингових комунікацій як способів зв'язку з цільовими аудиторіями. Якщо під суб'єктами масової комунікації мається на увазі певна сукупність індивідуумів, то суб'єкти маркетингової комунікації це цільові аудиторії фірми: клієнти, контрагенти, інвестори, органи влади, громадські організації, персонал, тощо.

Активність споживачів поряд з доступністю Інтернету є основними факторами, що визначають розвиток інтернет-маркетингу. Необхідно зазначити, що відбувається трансформація традиційного комплексу маркетингу «4р» в інтернет-середовищі. Так, зведено до мінімуму вплив розташування (place) торгового об'єкта, оскільки місцем продажів фактично є комп'ютер, телефон або інший персональний мобільний пристрій. Ціна (price)

часто є перевагою інтернет-торгівлі, зниження ціни обумовлено зменшенням витрат торгового оператора за рахунок мінімізації орендних платежів. Товари (product), реалізовані за допомогою інтернет-торгівлі, відрізняються різноманітністю, труднощі викликає продаж взуття та предметів, обмежених в обігу. Просування (promotion) за допомогою комунікаційного інструментарію Інтернету характеризується високою швидкістю комунікації, його багатостороннім характером (інтерактивністю), можливістю використовувати мультимедіа, спрямованістю рекламних та інформаційних повідомлень на певні аудиторії (таргетинг).

В цілому, інтернет-маркетинг повторює риси традиційного, офлайн-маркетингу, відмінність полягає лише в утриманні комунікаційного інструментарію. В системі інструментів маркетингових комунікацій Інтернету, значна роль відведена Public relations, зважаючи на зростаючий вплив форм некомерційного інформування, що є наслідком активного характеру комунікаційної взаємодії покупця з продавцем: перед покупкою клієнти активно цікавляться як офіційними публікаціями інтернет-ЗМІ, так і думками приватних осіб, вираженими в блогах, на форумах та в соціальних мережах.

В процесі дослідження підходів до оцінки ефективності маркетингу, необхідно виділити кілька чинників комунікативної ефективності. Економічна ефективність маркетингової діяльності може бути оцінена в зміні середньоденного товарообігу, додаткового валового доходу, приросту прибутку після реалізації рекламних та PR-кампаній, а також рекламного еквіваленту отриманих публікацій. [2]

Показники комунікативної ефективності характеризують якість деяких видів маркетингової діяльності. З цією метою доцільно вивчити величину комунікативного впливу, кількість нових контактів, частку в широті висвітлення теми, зміст інформаційного масиву та їх динаміку, що показує якісні зміни в комунікативній діяльності фірми, а порівняння з аналогічними показниками конкурентів дає уявлення про співвідношення рекламних і PR-зусиль різних учасників ринку.

Будь-яка рекламна кампанія в мережі Інтернет орієнтована на залучення цільової аудиторії на сайт рекламодавця. Медійна реклама орієнтована на пасивну аудиторію: споживачі спостерігають банер і, в разі прояву інтересу, роблять клік, що спричиняє перехід на сайт рекламодавця. Контекстні оголошення видно не всім користувачам, а лише тим, що знаходяться в активному пошуку, клік на таке оголошення зазвичай веде на сторінку з описом унікальної торговельної пропозиції. Якщо споживач медійної реклами проходить через такі комунікативні стадії, як увага та інтерес, то факт показу контекстного оголошення вже передбачає наявність інтересу споживача до рекламованого товару.

При виборі параметрів медійної рекламної кампанії вирішальним фактором стає максимальний збіг аудиторії сайту рекламодавця з цільовою

аудиторією фірми, в разі контекстної реклами має значення як зміст рекламного оголошення, так і вибір провідних до нього пошукових запитів. Інші форми рекламного впливу, такі як спливаючі вікна, рекламні заставки, незважаючи на невідворотність їх перегляду, є занадто нав'язливими, що обмежує можливості їх використання.

Засоби Public relations в Інтернеті характеризуються великою різноманітністю, зокрема внутрішній PR, орієнтований на внутрішні аудиторії (колектив) фірми, а також зовнішній PR, мета якого полягає у взаємодії з зовнішнім середовищем (клієнтами, контрагентами, інвесторами, профспілками, громадськими організаціями, органами влади та управління). Основні переваги PR в Інтернеті, такі як швидкість і дешевизна комунікацій, наявність зворотного зв'язку, можливість адресного звернення до вузьких цільових аудиторій, широка палітра ігрових форм побудови комунікаційних впливів. У той же час, комунікації Інтернету можуть бути вразливими з технічного боку, що може привести до спотворення або втрати даних, інтерактивність і доступність зворотного зв'язку може призвести до некерованої трансляції негативних думок. Доцільно виділити основні засоби маркетингових комунікацій Інтернету: інтернет-ЗМІ, блоги, форуми та соціальні мережі, а також електронну пошту, відзначаючи особливий характер поширення інформації кожним суб'єктом. З метою організації взаємодії з цільовими аудиторіями компанії створюють підрозділи зі зв'язків з громадськістю, або залучають до цієї роботи комунікаційні агентства.

Оцінюючи стан і перспективи ринку електронних комунікацій, можна зазначити, що спостерігається стійка тенденція до їх зростання. У той час як показники більшості медіаканалів скорочуються ринок інтернет-комунікацій зростає. У більшій частині це зумовлено зростанням інтернет-аудиторії і підвищенням довіри споживачів до інформації, розміщеної в Мережі. Аудиторія Інтернету відрізняється високим рівнем освіти і доходу, що може враховуватися при плануванні рекламних і PR-кампаній.

Метод оцінки комунікативної ефективності паблік рілейшнз в мережі Інтернет, заснований на моніторингу повідомлень інтернет-ЗМІ і блогів, визначенні показників авторитетності веб-сторінок - джерел PR, контент-аналізі публікацій, порівнянні показників активності і коефіцієнтів лояльності PR з аналогічними показниками інших учасників ринку. Важливий показник - активність PR визначається як сума добутків числа отриманих публікацій на кожному сайті в досліджуваній період і об'єктивного показника авторитетності кожного сайту - джерела публікацій.[3,4]

Показник, що характеризує PR в Інтернеті - коефіцієнт лояльності ЗМІ (блогерів) до об'єкта PR, рівний співвідношенню числа позитивних публікацій в загальному їх числі. Чим ближче коефіцієнт лояльності до одиниці, тим більш ефективною слід вважати PR-діяльність компанії. Низькі значення

коефіцієнта лояльності PR можуть означати серйозні репутаційні втрати для підприємства. [4]

Таким чином, визначення ефективності PR в Інтернеті полягає в можливості порівнювати активність PR підприємства і лояльність до нього ЗМІ та блогерів в порівнянні з аналогічними показниками конкурентів а також здатність аналізувати PR-зусилля за певні проміжки часу. Оцінка сайтів як інформаційних джерел є об'єктивною і залежить тільки від показників авторитетності цих веб-сторінок. «Еталонні» критерії PR-кампанії можуть бути визначені емпіричним шляхом, при порівнянні показників активності і ефективності PR з аналогічними даними лідерів ринку і конкурентів в різні часові проміжки. Ефективність та економічний сенс показників активності PR може бути виражений через рекламний еквівалент, який можна обчислити в грошовій формі.

Список використаних джерел

1. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: принципы и практика в эпоху информации /Р. Бландел - СПб.: Питер.- 2010.-198с.
2. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій [навч. посіб.] / О.С. Братко.- Тернопіль: Карт-Бланш.- 2006. –275 с.
3. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегія, вітчизняна практика/Т.Г. Діброва - Кондор. - 2009.-320 с.
4. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник/Укл.І. В.Король. –Умань: ВПЦ «Візаві».- 2017. -151с.

Орищенко М.М.

к.е.н., доцент, судовий експерт

*Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС
м. Полтава, Україна*

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРОЩЕНИХ КРЕДИТІВ В УКРАЇНІ

Дестабілізація валютного курсу і, як наслідок, знецінення національної валюти спричинила різке зниження рівня кредитоспроможності позичальників та нарощення обсягів проблемної заборгованості банків, номінованої в іноземній валюті. В період кризи значно зросла кількість позичальників, рівень кредитоспроможності яких погіршився, а стан обслуговування кредитного боргу набув ознак проблемного характеру. Аналіз показників діяльності банківських установ на ринку свідчить про наявність достатньо посиленої їх кредитної позиції щодо участі в економічних відносинах, які виникли внаслідок надання кредитів в іноземній валюті. Особливого загострення така концентрована кредитна політика банків набула в результаті стрімкого розвитку ринку іпотечного кредитування в період з 2006 року по 2008 рік. За умови відсутності будь-яких обмежень, встановлених Національним банком України, станом на 01.01.2009 року іпотечними кредиторами було сформовано 80,8 % портфеля іпотечних кредитів, наданих в іноземній валюті [1]. Така ситуація, що склалася на фінансовому ринку,

зумовлює необхідність пошуку шляхів вирішення проблем стабілізації банківської системи шляхом впровадження методів реструктуризації на умовах оптимального забезпечення інтересів усіх учасників кредитного процесу.

Питання реструктуризації кредитної заборгованості банків знайшли своє наукове обґрунтування в працях багатьох вітчизняних авторів, зокрема, О. І. Барановського, Г. І. Жигайло, В. І. Міщенко та ін.

Реструктуризація – зміна істотних умов за первісним договором шляхом укладання додаткової угоди з боржником у зв'язку з фінансовими труднощами боржника та необхідністю створення сприятливих умов для виконання ним зобов'язань за активом. Розрізняють декілька сценаріїв діяльності кредитора при роботі з кредитною заборгованістю [2, с. 12]. Реалізація заходів банку під час реструктуризації може здійснюватися шляхом: зміни процентної ставки за кредит; повного або часткового скасування нарахованих і несплачених позичальником фінансових санкцій (штрафу, пені, неустойки) за несвоєчасне внесення платежів за кредитною заборгованістю; зміни параметрів графіка погашення кредитної заборгованості (строків і сум погашення основного боргу, сплати процентних платежів та комісійної винагороди); зміни розміру комісійної винагороди [3].

Відповідно до пп.14.1.47 п.14.1 ст. 14 Податкового кодексу України [4] під додатковим благом розглядають кошти, матеріальні чи нематеріальні цінності, послуги, інші види доходу, що виплачуються (надаються) платнику податку податковим агентом, якщо такий дохід не є заробітною платою та не пов'язаний з виконанням обов'язків трудового найму або не є винагородою за цивільно-правовими договорами (угодами), укладеними з таким платником податку (крім випадків, прямо передбачених нормами розділу IV цього Кодексу).

Згідно з абз. «д» пп.164.2.17 п.164.2 ст.164 Кодексу [4] до загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку включається дохід, отриманий платником податку як додаткове благо у вигляді основної суми боргу (кредиту) платника податку, прощеного (анульованого) кредитором за його самостійним рішенням, не пов'язаним з процедурою банкрутства, до закінчення строку позовної давності, у разі якщо його сума перевищує 50 відсотків однієї мінімальної заробітної плати (у розрахунку на рік), встановленої на 1 січня звітного податкового року. Кредитор зобов'язаний повідомити платника податку - боржника шляхом направлення рекомендованого листа з повідомленням про вручення або шляхом укладення відповідного договору, або надання повідомлення боржнику під підпис особисто про прощення (анулювання) боргу та включити суму прощеного (анульованого) боргу до податкового розрахунку суми доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку, за підсумками звітного періоду, у якому такий борг було прощено. Боржник самостійно сплачує податок з таких доходів та відображає їх у річній податковій декларації. У разі неповідомлення

кредитором боржника про прощення (анулювання) боргу у порядку, визначеному цим підпунктом, такий кредитор зобов'язаний виконати всі обов'язки податкового агента щодо доходів, визначених цим підпунктом

До загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку відповідно до пп.165.1.55 п.165.1 ст.165 Кодексу [4] не включаються такі доходи:

- основна сума боргу (кредиту) платника податку, прощеного (анульованого) кредитором за його самостійним рішенням, не пов'язаним з процедурою банкрутства, до закінчення строку позовної давності у сумі, що не перевищує 50 відсотків однієї мінімальної заробітної плати (у розрахунку на рік), встановленої на 1 січня звітного податкового року;
- сума процентів, комісії та/або штрафних санкцій (пені), прощених (анульованих) кредитором за його самостійним рішенням, не пов'язаним із процедурою його банкрутства, до закінчення строку позовної давності.

Враховуючи вищевказані норми, можна дійти до логічного висновку про те, що обов'язок щодо самостійної сплати податку з доходу у вигляді суми боргу, анульованого кредитором за його самостійним рішенням, отриманого як додаткове благо, виникає у платника податку за наявності таких умов:

- а) отримання платником податку доходу, у вигляді суми боргу такого платника податку, анульованого кредитором за його самостійним рішенням;
- б) надіслання платнику податку повідомлення про анулювання боргу;
- в) включення кредитором суми анульованого боргу до податкового розрахунку суми доходу, нарахованого на користь платника податку, за підсумками звітного періоду;
- г) відображення платником податків отриманого доходу у річній податковій декларації.

Список використаних джерел

1. Кредити, надані депозитними корпораціями [Електронний ресурс]: Бюлетень Національного банку України. - Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=17600932>.
2. Реструктуризація кредитів в умовах кризи: світовий досвід і можливості застосування в Україні [Текст] / В. Міщенко, В. Крилова, М. Ніконова // Вісник Національного банку України. - 2009. - №5. - С. 12 - 17.
3. Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків [Електронний ресурс]: Положення. - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12>.
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

Остапенко Р.М.

*к.е.н., доцент кафедри статистики і економічного аналізу
Харківський національний аграрний університет*

м. Харків, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стратегічний аналіз посідає важливе місце в процесі прийняття управлінських рішень і є невід'ємною частиною планування господарської діяльності підприємств усіх форм власності, в тому числі і товариств з обмеженою відповідальністю.

В умовах розвитку в Україні ринкових відносин на фоні глобалізації світової економіки та переходу суспільства до доби інформаційних технологій, узагальнення досвіду стратегічного аналізу організаційно-економічного забезпечення стратегічного управління стабільністю функціонування підприємств стає вкрай актуальним.

В економічній літературі стратегія розглядається як "...форма прояву управлінської діяльності, взаємозв'язку мети та способу її досягнення" [2]. На нашу думку, стратегічне планування є єдиним засобом прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Стратегічне планування дозволяє обґрунтувати необхідні управлінські рішення.

Формальне планування сприяє зниженню ризику при ухваленні рішення. Визначення того, що підприємство хоче досягти, допомагає уточнити стратегічні орієнтири. Приймаючи обґрунтовані і систематизовані планові рішення, керівництво знижує ризик прийняття неправильного рішення через помилкову або недостовірну інформацію про можливості підприємства або про зовнішню ситуацію. Механізм стратегічного планування є однією з основних функцій управління. З погляду стратегічного планування доцільно виділити: формування сценаріїв і стратегії розвитку, стратегічне планування, розробку бізнес-планів та організації бюджетування. Факторами розподілу стратегічного планування є важливість і невідкладність рішення завдань, а також можливість досягнення оптимальних рішень, прийнятих в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Важливі завдання, що вимагають для їх реалізації тривалого періоду часу і мають для підприємства довгострокові наслідки, відносяться до стратегічного планування.

На сьогодні в аграрному секторі стратегічне планування стає скоріше правилом, ніж винятком. Стратегічне планування – це одна із функцій управління, що являє собою процес вибору цілей організації і шляхів їх досягнення. Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень, функцій підприємства, мотивації і контролю орієнтовані на розробку стратегічних планів. Процес стратегічного планування забезпечує основу для управління розвитком підприємства.

Можна відзначити, що стратегічне планування стає усе більш актуальним для українських підприємств, що вступають у жорстоку конкуренцію як між собою так і з іноземними фірмами.

На розвиток нових форм організації та функціонування підприємств значною мірою вплинули такі тенденції розвитку сучасних ринків, як їх глобалізація, зростання значення рівня якості товару, його ціни і ступеня задоволення споживачів, підвищення важливості стійких відносин зі споживачами (індивідуальними замовниками), а також посилення впливу нових інформаційних і комунікаційних технологій.

Обґрунтування розвитку підприємства являє собою набір дій і рішень, започаткованих керівництвом, що ведуть до розробки специфічних стратегій. Призначених для того, щоб допомогти підприємству досягти намічених цілей. Процес стратегічного планування являється інструментом, що допомагає в прийнятті управлінських рішень. Його завдання забезпечити нововведення і організаційно-економічні зміни.

Сьогодні підприємства для виживання на ринку і збереження конкурентоспроможності повинні час від часу вносити зміни у свою господарську діяльність. Традиційні ієрархічні й бюрократичні форми організації та управління здебільшого не відповідають новим вимогам до сучасних підприємств щодо їх здатності до швидких змін, навчання і модернізації. Тому підприємства все частіше експериментують у сфері розвитку своїх структур і процесів. Особлива увага приділяється створенню мережоподібних внутрішньофірмових структур.

У структурі варіантів розвитку підприємств певним чином чергуються періоди еволюційної зміни організаційно-економічного потенціалу, пов'язані з розвитком і необхідністю вибору його стратегічних орієнтирів[2].

Організаційно-економічному механізму повинна належати визначальна роль у забезпеченні ефективності функціонування підприємства. Проте в цілому, можна констатувати незначну зацікавленість науковців поняттям "організаційно-економічний механізм", якщо на нього і звертається увага без особливих пояснень. Аналізуючи чималу кількість опублікованих праць з проблем організації, управління, планування та функціонування підприємств, ми не знайшли чіткого визначення категорії "організаційно-економічний механізм" як системи забезпечення функціонування підприємства.

Розв'язання проблеми підвищення стабільності – створення гнучких систем управління, які дозволять швидко пристосуватися до погодних умов й дії інших чинників. Відповідно до цих систем необхідно розробляти конкретні типові рішення з урахуванням спеціалізації підприємств, рівня забезпеченості ресурсами, зональних особливостей, які могли б бути використані для раціонального ведення сільськогосподарського виробництва [2].

Пропонується виділяти найхарактерніші типи погодних умов і стосовно до кожного з них розробляти відповідні рішення за основними елементами гнучкої системи. При цьому поряд із типізацією погодних умов вказують

особливості технологій, що застосовуються в конкретній ситуації, тобто показують способи їх адаптації до конкретних умов.

Такий напрям адаптації сільськогосподарського виробництва до природного середовища може бути реалізований на рівні конкретних підприємств за використання економіко-математичного обґрунтування.

Одним із основних інструментів управління, було й залишається стратегічне планування завжди, причому в міру становлення ринкової економіки роль планування постійно зростає. Це визначається ускладненням організаційно-економічного механізму функціонування підприємства за умови ринкових відносин. Підвищилися й самі можливості планування у зв'язку з розробкою спеціальних математичних та математико-статистичних методів, появою потужних швидкодіючих електронних обчислювальних машин і, нарешті, створенням автоматизованих систем управління.

Економічну діагностику, у системі стратегічного управління розвитком підприємства, необхідно розглядати через оцінку параметрів кризового розвитку, виявлення проблем і «хвороб» підприємства, відхилень фактичних характеристик його розвитку від нормативних з метою розробки коригувальних рішень. Однак зведення діагностики тільки до пошуку негативних тенденцій і процесів представляється недостатнім. Отже цілісне розуміння економічної діагностики припускає урахування не тільки негативних, але й позитивних процесів і тенденцій розвитку в їхній єдності й взаємозв'язку з метою прийняття управлінських рішень не тільки по лікуванню від «хвороб», але й, наприклад, продовженню обраної економічної політики й реалізації обраної стратегії, що забезпечує отримання цільових результатів, пошук резервів подальшого росту й підвищення ефективності в умовах успішної діяльності тощо.

Список використаних джерел

1. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
2. Калінчик М.В. Стабілізація ринку зерна в Україні / М.В. Калінчик, М.М. Ільчук, В.С. Шовкалюк, І.М. Калінчик. – К.: Нічлава, 2006. – 230 с.

Осташова В. О.,

к.ю.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права;

Канцедал Ю. А.,

здобувач вищої освіти рівня «Бакалавр» за освітньо-професійною програмою

Облік і оподаткування

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКОГО ПРАВА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Порушення авторського права у мережевому інформаційному просторі є поширеним явищем, боротьба з яким здійснюється у всьому світі. Однак в

Україні цей вид зловживань набув масштабного характеру, що відзначається системністю зловживань в обхід чинних законодавчих заборон. Це зумовлює низку попереджень та санкцій відносно України в частині недотримання вимог охорони авторського права, погіршення репутації країни та інших негативних чинників, що актуалізують тему даного дослідження.

Водночас, як відмічає Н. В. Бочарова, існує масив принципово важливих міжнародно-правових документів, методологічні положення яких потребують вивчення, пропаганди і врахування в правотворчості України [1, с. 96].

Наукова дискусія навколо даної проблеми супроводжується конкретними практичними діями щодо запобігання випадків порушення авторського права, про що свідчить інформація відкритих ресурсів, наприклад, Детектор-Медіа [2].

Джерелом порушення авторського права у соціальних мережах є відповідна сторінка фізичної (юридичної особи), що містить (поширює) об'єкти авторського права без відома їх власників. Зростаюча кількість літературних творів, фільмів, комп'ютерних ігор та програм у середовищі соціальних мереж створює реальні умови для зміни та фальсифікації цих творів, масового поширення як дешевих так і високоякісних їх копій.

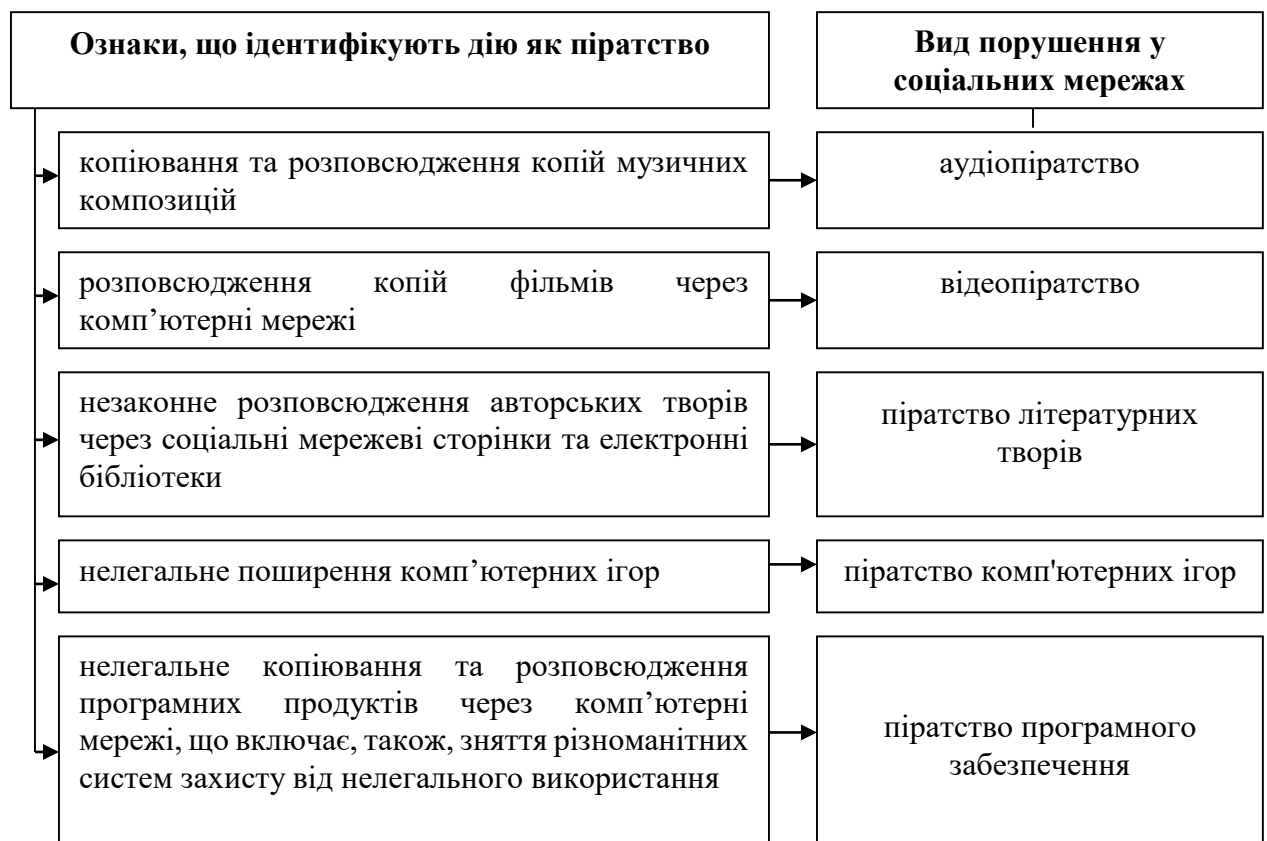


Рис. 1. Види порушень у соціальних мережах, що мають ознаки піратства та порушення авторського права

Джерело: розроблено з використанням [3]

До основних видів кібер-піратства у соціальних мережах відносять: аудіопіратство; відеопіратство; піратство літературних творів; піратство комп'ютерних ігор; піратство програмного забезпечення [3], що унаочнено на рис. 1.

Характеристики загроз інформації	Вид загрози інформації у соціальних мережах
→ витік конфіденційної інформації та заподіяння прямого або непрямого збитку користувачеві соціальної мережі	загроза конфіденційності
→ модифікація інформації усередині мережі інформації і втрата її адекватності	загроза цілісності
→ порушення доступу до мережевої інформації і блокування доступу до ресурсу	загроза доступності
→ знищення інформації усередині мережі та заподіяння прямого або непрямого збитку як користувачеві соціальної мережі, так і її власнику	загроза повноти
→ затримка отримання легальним користувачем мережі інформації	загроза актуальності
→ несанкціоноване читання конфіденційної мережевої інформації, що призводить до втрати її ціннісних характеристик	загроза важливості
→ переадресація мережевої інформації, що може призводити до зниження її конфіденційності та доступності	загроза адресності
→ багаторазове дублювання мережевої інформації	загроза надмірності інформації

Рис. 2. Типи загроз інформації в соціальних мережах

Джерело: розроблено з використанням [5, с. 17]

Узагальнена інформація щодо типів загроз інформації в соціальній мережі, визначена Д. Б. Мехедом, схематично представлена на рис. 2.

Керуючись статтею 50 Закону України «Про авторське право та суміжні права» [4] деталізуємо види порушень авторського права в інформаційному середовищі соціальних мереж, що можуть бути підставою для судового захисту:

- 1) Інтернет-піратство у сфері авторського права;
- 2) плагіат;
- 3) будь-які дії для свідомого обходу технічних засобів захисту авторського права;
- 4) підроблення, зміна чи вилучення інформації, зокрема в електронній формі, про управління правами без дозволу суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав чи особи, яка здійснює таке управління;
- 5) розповсюдження, публічне сповіщення об'єктів авторського права, з яких без дозволу вилучена чи змінена інформація про управління правами, зокрема в електронній формі;
- 6) камкординг, кардшейрінг;
- 7) вчинення будь-якою особою інших дій, які порушують особисті майнові та немайнові права суб'єктів авторського права.

Слід зазначити, що проблема порушення авторських прав у соціальних мережах є актуальною для усього світу. Так, у першій половині 2017 року у відповідь на скарги щодо підроблених товарів, що порушують права на торговельні марки, Facebook і Instagram видалили майже три мільйони повідомлень, включаючи відео, рекламу та інші форми контенту зі своїх сайтів.

Отже, порушення авторського права у соціальних мережах хоча й передбачає за законодавством України юридичну відповідальність, проте з розвитком Інтернет-технологій трапляється все частіше (для досягнення матеріальної вигоди, для розпалювання ненависті та ескалації насильства). Таким чином, значення всебічного дослідження зазначеного питання зростає щодня та потребує комплексного вирішення як проблеми юридичної, технічної, соціальної тощо.

Список використаних джерел

1. Бочарова Н. В. Методологічні підходи до створення сучасного законодавства в галузі охорони авторського права в мережі Інтернет в документах Ради Європи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Юриспруденція*. 2013. Вип. 6-1 (1). С. 93-96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_jur_2013_6-1%281%29__25 (дата звернення: 17.03.2019).
2. Інтернет-піратство. *Детектор Медіа*. 2019. URL: <https://detector.media/tag/721/> (дата звернення: 17.03.2019).
3. Інтернет-піратство карається Законом. *Провідне Інтернет-видання міста Світловодськ*. 20.05.2015. URL: <http://svetlovodsk.com.ua/7360-nternet-pratstvo-karayetsya-zakonom.html> (дата звернення: 17.03.2019).
4. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23.12.1993 № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12> (дата звернення: 17.03.2019).
5. Мехед Д. Інформаційна безпека в соціальних мережах. Методи поширення інформації в соціальних мережах. *Правове, нормативне та*

метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. 2015. Вип. 2 (30). URL: http://pnzzi.kpi.ua/30/30_p14.pdf (дата звернення: 17.03.2019).

*Павловська Т. С.
здобувач СВО «Бакалавр»
Науковий керівник – Песцова-Світалка О. С., к. е. н., доцент
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ПОТЕНЦІАЛ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

На сьогоднішній день міжнародна економічна інтеграція є надзвичайно важливим, визначним явищем в економіці. Вона впливає на всі сфери господарювання і є невід'ємним елементом відносин у світовій економічній системі. Задля позитивного економічного розвитку Україна також повинна поглиблювати свою інтеграцію в систему світових господарських зв'язків. Одним з яких є співпраця з Європейським Союзом.

Європейська інтеграція – це процес політичної, юридичної, економічної, а в деяких випадках – соціальної та культурної інтеграції європейських держав [1, с. 8]. Її розвиток ґрунтується на об'єктивній необхідності країн у зовнішніх економічних зв'язках, взаємній користі.

Країни-кандидати на вступ до Європейського Союзу мають відповідати Копенгагенським критеріям, що були схвалені на засіданні Європейської Ради у Копенгагені у червні 1993 р. і включають в себе: по-перше, стабільність інститутів, що гарантують демократію, верховенство права, повагу до прав людини, повагу і захист національних меншин (політичні критерії); по-друге, наявність дієвої ринкової економіки і здатність витримувати конкурентний тиск і дію ринкових сил у межах ЄС (економічні критерії); по-третє, здатність узяти на себе зобов'язання, що випливають з членства в ЄС, включаючи суворе дотримання цілей політичного, економічного, валютного союзу (інші критерії) [2].

Як і будь-яка інша країна Україна прагне збільшити свою роль та значення в світовій та європейській системах господарських зв'язків. Проте інтеграція країни відбувається досить-таки суперечливо та неоднозначно. Однією з причин цього є те, що головні чинники економічної інтеграції: власне економіка та тісно пов'язана з нею соціальна сфера – слабкі. Адже за роки своєї незалежності Україна мала періоди як зростання, так і спаду. Одним з найважливіших показників економічного стану країни є потенціал економічного розвитку країни. Він визначає її можливості, запас продуктивних сил.

Економічний потенціал – сукупність економічних можливостей держави, які можуть бути використані для потреб суспільства (виробництво, оборона тощо). Відображає економічну могутність країни, досягнутий рівень

розвитку продуктивних сил, обсяг національного багатства, можливості їх зростання [3, с. 244].

На думку Кравченко Л.А. за своєю суттю національний економічний потенціал визначається сукупністю ресурсів і можливостей суспільства та їх органічною єдністю, що передбачає взаємопов'язаність усіх елементів потенціалу, які доповнюють один одного, а нераціональне використання тільки одного з елементів потенціалу може призвести до виникнення негативних тенденцій у системі в цілому [4, с. 159]. Ми поділяємо думку вчених, які вважають, що структура національного економічного потенціалу є надзвичайно багатогранною. Основні його складові елементи зобразимо на рис. 1.

Україна має досить високий рівень ресурсного потенціалу, в якому поєднуються як природні, так і створені людиною ресурси. Але вищезгаданий комплекс складних соціально-економічних проблем є причиною значного зниження можливостей подальшого зростання країни в економічній сфері.

За даними Савченко В.Ф. питома вага України у світовій економіці досить помітна. За своїм потенціалом вона входить до першої шістки країн Європи (окрім неї – Великобританія, Італія, Німеччина, Росія, Франція, Україна) [5, с. 13].

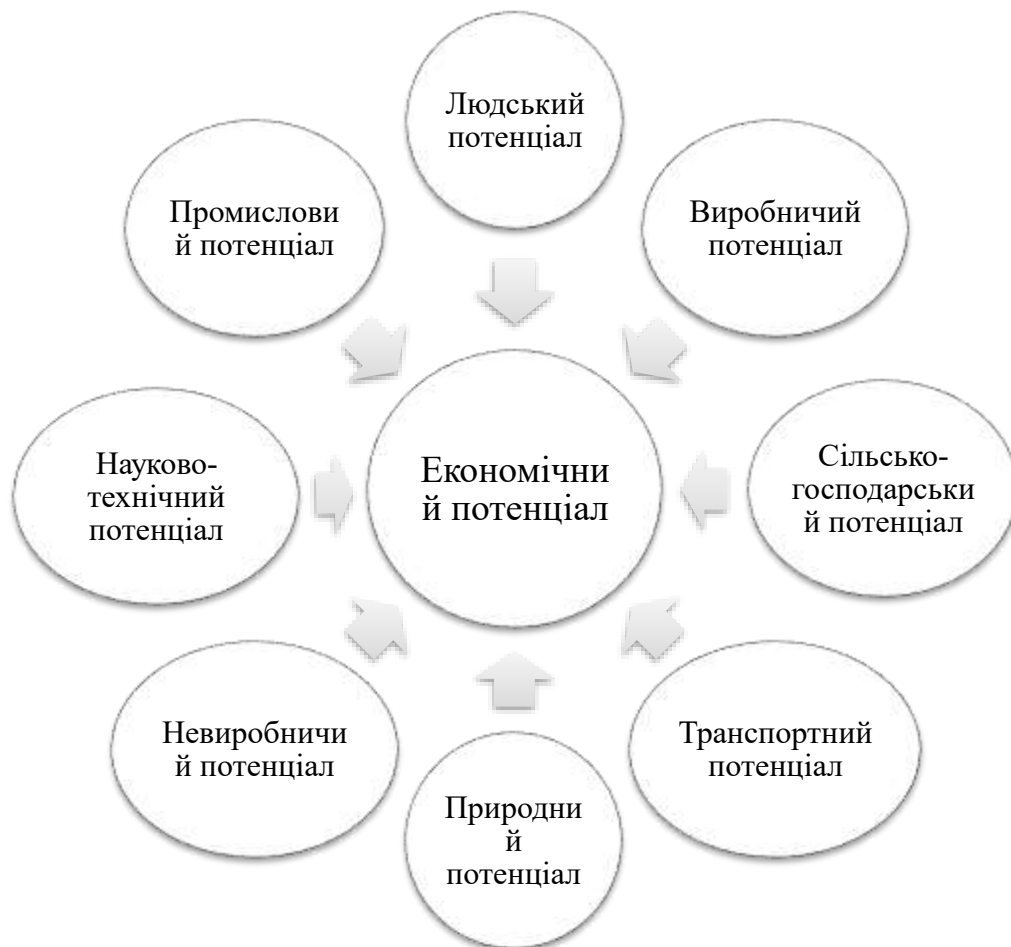


Рис. 1. Основні елементи економічного потенціалу країни
Джерело: побудовано автором за даними [4, 5]

На нашу думку, Україна дійсно має значний економічний потенціал, проте не використовує його належним чином. Так за даними звіту «Global Competitiveness Index 2017 – 2018 Rankings» глобального дослідження за показником економічної конкурентоспроможності Україна входить до групи країн, які знаходяться на проміжній стадії економічного розвитку між першою стадією факторно-орієнтованою економікою і другою стадією економічного розвитку країн орієнтованих на ефективність. Згідно з методологією Всесвітнім економічним форумом країни поділяються на три групи: факторно-орієнтовані, орієнтовані на ефективність та орієнтовані на інновації. Для розподілу країн на стадії розвитку використано два критерії: ВВП на душу населення за поточним курсом та залежність розвитку економіки країни від використання її ресурсів, яка вимірюється часткою експорту сировини.

Україна активно співпрацює з промислово розвиненими країнами світу. Основними групами експортованих товарів є продукція агропромислового комплексу та харчової промисловості, товари металургійного комплексу, машинобудування та хімічної промисловості. Українська продукція добре відома у багатьох країнах. Але в даний час Україна відіграє у світовій економіці роль експортера сировини та імпортера споживчих, інвестиційних товарів і послуг, що не може забезпечити стійких темпів економічного зростання.

Економічні зв'язки з іншими державами не обмежуються лише імпортом та експортом. Також має місце науково-технічне співробітництво, до якого відносять торгівлю патентами та ліцензіями, продукцією, обмін досвідом спеціалістів, інформацією тощо.

Останнім часом, через негативні явища в країні, загальну нестабільність та незбалансованість, спостерігаються тенденції погіршення статусу України в міжнародних відносинах, що негативно впливає на процеси інтеграції.

І хоча частина економічних показників України відповідає критеріям Європейського Союзу, та окремі макроекономічні показники свідчать про в цілому невисокий рівень її економічного розвитку. Значне відставання за рівнем ВВП на душу населення (так станом на 2018 р. в Україні цей показник становить 2820 доларів США, тоді як в країнах, що розвиваються – 5490, середній показник по світу – 11730, в Європейському Союзі – 36700, а в деяких розвинених країнах досягає 48970), відносно невелика частка країн Європейського Союзу в експорті, високий рівень інфляції (9,8% проти 1,57% в Єврозоні) – це лише частина з тих показників, за якими помітне суттєве відставання України від країн Європи.

Отже, оскільки низький соціально-економічний рівень є перешкодою для євроінтеграції, вагомого значення набуває національний економічний потенціал, що характеризується сукупність можливостей і наявних ресурсів країни. Україна має досить-таки високий рівень економічного потенціалу, завдяки багатим природним та людським ресурсам. Що дає змогу сподіватися, що за раціонального використання існуючого потенціалу, у сукупності зі

співпрацею з промислово розвиненими країнами світу, Україна зможе подолати економічні проблеми і досягти достатнього рівня для вступу до Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Алейнікова О. В. Міжнародна економічна інтеграція як процес наднаціонального регулювання сфери економічних відносин / О. В. Алейнікова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – №2. – С. 8-13.
2. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mfa.gov.ua/ua>
3. Завадський Й. С. Економічний словник / Й.С. Завадський, Т. В. Осовська, О. О. Юшкевич. – Київ: Кондор, 2006. – 355 с.
4. Кравченко Л.А. Реалізація національного економічного потенціалу: теоретичні аспекти / Л. А. Кравченко // С. 156-159.
5. Савченко В. Ф. Економічний потенціал України та державний вплив на нього / В.Ф. Савченко // Науковий вісник Полісся. – 2015. – №2. – С. 7-16.

*Пазуцян Анна Василівна,
старший викладач кафедри
управління та адміністрування,*

Полтавський інститут економіки і права

ПОСТУЛАТИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІНСЬКО-ГОСПОДАРСЬКОМУ ПРОЦЕСІ ПІДПРИЄМСТВА

Вступ. Новою концепцією ефективного управління підприємством в цілому, й зокрема, його інноваційною діяльністю, виступає контролінг, від якісної інформаційної й консультативної підтримки якого залежить висока вірогідність отримання очікуваних суттєвих результатів.

Результати дослідження. Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку України свідчать про посилення ролі інноваційної діяльності її господарюючих суб'єктів. Динамічність розвитку ринкового середовища, підвищення рівня конкуренції вимагають ефективного управління підприємством задля закріплення своїх позицій на відповідному ринку товарів, робіт, послуг. Ефективне управління полягає у виробленні певної методології та інструментарію щодо прийняття управлінських рішень.

Саме контролінг є тим засобом, який може забезпечити підтримку прийняття та виконання управлінських рішень. В сучасних умовах господарювання контролінг є невід'ємною частиною успішного управління підприємством.

Контролінг представляє собою комплексну систему управління підприємством, що включає в себе управлінський облік, аналіз і облік витрат з метою контролю всіх статей витрат, всіх підрозділів і всіх складових виробленої продукції або наданих послуг, а також їх наступне планування. Контролінг

забезпечує інформаційно-аналітичну підтримку процесів прийняття рішень при управлінні підприємством.

Виходячи з цілей підприємства (місія бізнесу; стратегічні цілі; тактичні цілі; конкретні завдання для реалізації), система контролінгу вирішує стратегічні та тактичні завдання. А тому і контролінг, як цілісна система (певний механізм), складається з двох важливих частин: стратегічного та оперативного контролінгу [1, с.32].

Оперативний контролінг витікає із стратегічного і координує процеси оперативного планування, контролю, обліку і звітності. Сутність оперативного контролінгу полягає у формуванні засобів і методів ефективного управління поточними цілями підприємства.

Стратегічний контролінг дозволяє визначити сукупність дій, що забезпечують тривале існування підприємства на ринку.

Стратегічний контролінг – це комплекс функціональних завдань, інструментів та методів щодо довгострокового управління фінансами, вартістю та ризиками.

Стратегічний контролінг можна розглядати як спеціальну саморегульовану систему методів та інструментів, спрямованих на функціональну підтримку менеджменту підприємства (зокрема фінансового менеджменту) і охоплює інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль та внутрішній консалтинг [2, с.260].

Основною метою стратегічного контролінгу є забезпечення виживання господарюючого суб'єкта і відстеження його руху до наміченої стратегічної мети розвитку за допомогою інноваційних методів та прийомів управління.

Концепція стратегічного контролінгу інноваційної діяльності повинна передбачати вирішення наступних задач: формування контрольованих величин для вимірювання і оцінки потенціалу інновації; встановлення нормативних величин, що діють як база для порівняння; визначення фактичних значень контрольованих величин; повторна перевірка реальних величин по відношенню до нормативних шляхом порівняння плану і факту і порівняння плану з контрольованими величинами, що реально склалися та характеризують актуальний потенціал успіху; фіксація відхилень і аналіз причин, відповідальних за відхилення; виявлення необхідних корегуючих заходів для управління відхиленням від курсу стратегії.

Основне завдання процесу стратегічного контролінгу полягає в підтримці процесу досягнення стратегічної мети підприємства. Процес стратегічного контролю складається з: фази формування контрольованих величин; фази проведення контрольної оцінки; фази ухвалення рішення за наслідками стратегічного контролю. Як контрольовані величини слід розглядати об'єкти контролю: цілі, стратегії, потенціали успіху, чинники успіху, сильні і слабкі сторони підприємства, шанси і ризики [3].

У межах стратегічного контролінгу забезпечується «виживання» підприємства, його орієнтація на потенціал успіху.

Висновки. Цільове завдання стратегічного контролінгу в діяльності господарюючого суб'єкта полягає в підтримці процесів ефективного використання переваг, що є у підприємства, і в створенні нових потенціалів успішної діяльності в перспективі. Для цього потрібно формувати і упроваджувати стратегії пошуку, побудови і збереження потенціалу успіху.

Отже, розгляд питання стратегічного контролінгу в господарській діяльності дав підстави стверджувати, що він є комплексом методів та інструментів, які забезпечують ефективне управління підприємством на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел:

1. Ватченко Б. С. Управління підприємствами на основі планування та контролінгу // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2011. – № 4. – С. 31 – 35.
2. Підлипна Р. П. Стратегічне планування та контроль у системі контролінгу на підприємстві // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.2. – С.255-261.
3. Фірсова С. М. Завдання та фази стратегічного контролінгу інноваційної діяльності підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>

*Палій М. О.
здобувач вищої освіти факультету обліку та фінансів
Науковий керівник: Тютюнник С. В., к.е.н., доцент,
професор кафедри організації обліку та аудиту
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА

Сьогодні управління будь-яким підприємством є трудомісткою працею, виконання якої покладається на майстрів своєї справи, що володіють необхідними знаннями. Ключова особливість комерційної діяльності в сучасних умовах формування ринкових відносин є перепрофілювання її мети, завдань і функцій від потреб підприємства до потреб і стандартів ринку або окремого споживача, що зумовлює необхідність використання принципів та елементів маркетингу в комерційній діяльності організацій.

Значна кількість підприємств України недостатньою мірою використовує у своїй діяльності логістичні підходи та концепції. Це виникає, насамперед, у зв'язку з слабким розвитком логістики в Україні як окремої науки, хоча існують усі передумови для її стимулювання. Головною причиною, що стримує широке використання системи логістики, як бази підприємницької діяльності підприємств є складний процес її організації, починаючи з розробки та формування і закінчуючи поетапним застосуванням на різних відділах чи ділянках підприємства. Не менше важливим є те, що використання логістики тісно пов'язане із господарсько-організаційними

властивостями національної економіки, тобто, необхідно враховувати нормативно-законодавчу базу, соціально-економічне становище, рівень наукового розвитку.

Комерційна логістика – це наука про планування, реалізацію та контроль ефективних заходів щодо руху товарних та інформаційних потоків від місця виробництва до місця споживання з метою найбільш повного задоволення запитів споживачів і вигодою для підприємства. Об'єктом комерційної логістики є товарний та інформаційний потоки, управління якими має власну специфіку. У відповідності з цією специфікою функціональними сферами комерційної логістики є: запаси, закупівлі, транспортування, логістика складського господарства, інформація [3]. Основні проблеми, які вирішуються комерційною логістикою в цих областях:

1. Запаси. Планування матеріальних запасів, які дозволяють швидко реагувати на зміну попиту і забезпечують рівномірність роботи всіх проміжних ланок у каналі розподілу продукції.

2. Закупівлі. Планування та організація закупівлі сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції, вибір постачальників матеріальних ресурсів і готової продукції.

3. Транспортування продукції. Вибір виду транспорту, складання графіків обслуговування споживачів, доставка продукції зі складу споживачеві.

4. Складування і складська обробка. Розміщення складів, управління складською переробкою, упаковка і т.д.

5. Інформація. Обробка замовлень, прогнозування попиту, контроль за рівнем запасів [1].

Комерційна логістика передбачає в собі такі напрями: виникнення господарських зв'язків; розрахунок раціональних об'ємів і напрямів перевезень продукції; визначення послідовності шляхів проходження продукції через пункти складування; своєчасний контроль поставок та перевезень; формування і управління залишками товарів; модернізація складського господарства; надання комерційних і транспортних послуг.

Для досягнення максимального результату від впровадження комерційної логістики, підприємству необхідно проаналізувати власний потенціал за видами діяльності:

1. Сфера продажів – можливість закупівлі необхідної продукції в необхідній кількості; управління товарними запасами; наявність альтернативних постачальників; оперативність закупівлі.

2. Фінансові ресурси – наявність власних фінансових засобів; можливість залучення додаткових ресурсів; забезпечення управління грошовими потоками; достатній для нормалізації основної діяльності рівень рентабельності.

3. Маркетинг – забезпечення маркетингових досліджень; можливість формування прийнятної цінової політики; удосконалення системи товаро-просування; утримання або збільшення частки ринку.

4. Управління – здатність оперативно і правильно реагувати на зміни середовища функціонування; можливість децентралізації повноважень; контроль виконання рішень; кадровий потенціал; якість стратегічного і тактичного планування діяльності [2].

В умовах переходу економіки України до ринкових відносин, роль логістики зростає. Можна зробити висновок про те, що використання логістики є одним із альтернативних способів підвищення економічної ефективності в межах будь-якого підприємства. На сьогодні головною причиною затребуваності логістики економікою є те, що з її практичним використанням в сфері обігу товарів були знайдені резерви, компенсуючі витрати по задоволенню постійно зростаючих запитів споживачів. Вони відшкодовуються за рахунок вигідного розміщення складських приміщень, оптимальної величини партій поставки продукції, впровадження нових технологій складування і вантажно-розвантажувальних робіт у процесі обслуговування споживачів.

Список використаних джерел

1. Управління комерційною діяльністю підприємств на основі маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo-gl.ru/4T3n>.
2. Етапи розвитку логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo-gl.ru/4T43>.
3. Стратегія підвищення ефективності комерційної логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo-gl.ru/4TR4>.

Панова Я.Г.

здобувач ВО СВО «Бакалавр» за спеціальністю «Менеджмент»

Полтавська державна аграрна академія

м.Полтава, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

На Європейському ринку послуг клінінгові компанії користуються попитом уже понад 100 років. В Україні професійне прибирання стало відоме на лише на початку 90-х років ХХ ст. На даний час, Україна володіє великим потенціалом в розвитку даних послуг, хоча поняття «клінінг» все ще залишається незрозумілим для багатьох українців.

Клінінг (від англійського «clean» – чистити, прибирати) – це прибирання приміщень за вищими європейськими стандартами, спеціально навченими фахівцями за допомогою професійного обладнання, надання клієнтові сервісу найвищого рівня з максимальним професіоналізмом [1].

Клінінгові послуги включають в себе великий комплекс послуг, які спрямовані на забезпечення чистоти в приміщеннях, за допомогою професійної техніки та побутової хімії.

Клінінгові компанії в Україні впевнено освоюють ринок. Можна стверджувати, що попит на послуги цих компаній зростає пропорційно з ринком нерухомості.

Український ринок послуг, які надають клінінгові компанії, зараз переживає період інтенсивного зростання. На сьогоднішній день існує безліч компаній з надання клінінгових послуг, однак лідерами на цьому ринку залишаються такі компанії, як : «Impel GRIFFIN Україна», «КлінінгПро», «Ден», PRIMAX, «Чистий світ», «Шаден», «Клін Тех» [2].

До тенденцій сучасного розвитку клінінгових послуг в Україні належать :

- формування нового типу клінінгових підприємств, що надають відповідні послуги з професійного прибирання корпоративним замовникам;
- створення великої кількості робочих місць;
- впровадження міжнародного досвіду у формуванні корпоративного стандарту клінінга;
- введення в експлуатацію нового високотехнологічного устаткування і якісних хімічних засобів для прибирання [3].

Основні перспективи розвитку клінінгових компаній в Україні:

- сертифікація послуг за системою менеджменту ISO;
- використання хімічних засобів для чищення, які не тільки гарно видаляють бруд, а й підвищують зносостійкість об'єктів чищення;
- постійне підвищення кваліфікації працівників;
- створення умов, щоб посада «прибиральник» лишилася свого звання «не престижна», шляхом надання гідної заробітної плати та гнучкої системи мотивації;
- забезпечення своїх працівників якісним спецодягом та засобами особистої гігієни;
- використання реклами на ТВ для популяризації клінінгових послуг.

Отже, вже зроблено великий крок розвитку клінінгових компаній, що дозволяє позиціонувати на ринку, як самостійне і важливе підприємство з надання послуг, але ще великий ряд перспектив потрібно втілити в життя для більш успішного розвитку клінінгових компаній в майбутньому.

Список використаних джерел

- 1.Що таке клінінг? / Мегаклін, Луцьк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chisto.lutsk.ua/articel/3/> .
2. Рейтинг найбільших клінінгових компаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ipress.ua/articles/hto_prybyraie_ukrainu_21465.html .
- 3.Клінінгові послуги в Україні: попит та пропозиція [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://shaden.ua/uk/press/press2/2007-08-30-5.html/> .

*Папірник Д.А.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
Спеціальності «076 Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»*

*факультету економіки та менеджменту
Михайлова О.С., кандидат економічних наук, доцент*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ЯК СКЛАДОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Нині перед кожним підприємством постає завдання забезпечення максимально можливої продуктивності та якості праці своїх працівників. Ключовим фактором, що забезпечує ефективну діяльність підприємства є працівники, які мають гарну мотивацію та стимули для ефективної та якісної роботи.

Саме врахування людського фактору на підприємстві сприяє зростанню ефективності праці. Результативність праці кожного окремого працівника зумовлює рівень економічної ефективності функціонування підприємства загалом. Мотивація праці є одна з найважливіших функцій менеджменту, яка стимулює кожного працівника до діяльності, спрямованої на досягнення мети підприємства і водночас задоволення їхні власних потреб [4, с. 179].

У сучасних умовах підприємства вимушені впроваджувати інноваційні засоби і методи мотивування персоналу, орієнтовані на постановку цілей і визначення персональної відповідальності працівників. Технологія мотивації, яка базується на системі ключових показників результативності, отримала достатнє поширення у провідних транснаціональних компаніях Західної Європи та США і є відносно новою для українського простору. Дана система дозволяє класифікувати й оцінювати співробітників за їх місцем і важливістю на підприємстві. За допомогою системи КРІ можна не тільки контролювати і оцінювати ефективність виконуваних дій, але й побудувати ефективну систему оплати праці [2].

Система ключових показників ефективності, які є можливими для будь-якої організації, повинна відповідати наступним вимогам:

- обмежена кількість показників;
- єдність для всієї організації в цілому;
- вимірність, можливість кількісного вираження показників;
- прямий взаємозв'язок із найважливішими факторами успіху;
- можливість впливати на численні фактори; стимул для працівника [4].

Показники КРІ пропонується об'єднати у 4 групи:

1. Цільові показники – це індикатори, які показують, наскільки близьке підприємство до досягнення поставленої мети. Приклад: рентабельність продажів, кількість нових клієнтів тощо.

2. Процесні показники – свідчать, наскільки ефективним є процес. З їхньою допомогою можна оцінити, чи можливо зробити той чи інший процес

більш швидким та менш затратним без зниження якості. Приклад: рентабельність виробництва, економічний ефект від впровадження того чи іншого процесу тощо.

3. Проектні показники – пов'язані з конкретними задачами проекту та показують, наскільки ефективно виконується проект в цілому, а також окремі роботи у ньому. Прикладом таких показників можуть бути: питома вага прибутку від впровадження даного проекту у загальному обсязі валового прибутку підприємства та ін.

4. Показники зовнішнього середовища – це показники, на які неможливо безпосередньо вплинути, але які потрібно враховувати при розробці, наприклад, цільових показників. Приклад: рівень ціни на ринку, що склався; коливання ціни тощо [2, с. 22-28].

Основними перевагами впровадження ключових показників ефективності є наступні:

- прозорість – мотивація працівників напряду залежить від досягнення цілей підприємства;
- визначність – працівники чітко розуміють свої цілі та задачі, які взаємопов'язані з цілями та задачами підприємства в цілому;
- ефект від впровадження системи ключових показників ефективності може бути виражений у фінансових та кількісних показниках;
- перспективність – можливість не лише отримання працівником премії, але й кар'єрне зростання;
- матеріальне та нематеріальне стимулювання працівників з різними видами потреб;
- постійна підтримка зворотного зв'язку між працівниками та керівництвом підприємства [5].

В процесі розробки системи мотивації персоналу з використанням КРІ на підприємстві необхідно звертати увагу на наступні етапи:

1. Розроблення проекту впровадження КРІ:
 - створення спеціальної робочої групи;
 - розроблення календарного плану заходів;
 - визначення проміжних і кінцевих результатів та відповідної винагороди працівників.

2. Формування стратегії, місії, цілей підприємства та їх перенесення на нижчі рівні. Це основний елемент для розвитку системи мотивації за КРІ. Від того, наскільки правильно і точно визначена стратегія підприємства, залежить подальший процес розробки КРІ та їх ефективне впровадження. Стратегія підприємства повинна бути поділена на конкретні стратегічні напрямки, в межах яких виділені завдання для окремих структурних підрозділів. Одним із ефективних методів визначення стратегії та цілей підприємства є побудова дерева цілей. За допомогою розробки системи мотивації персоналу на основі КРІ можна не просто ефективно мотивувати персонал, але і на 100 % сфокусувати його діяльність на досягненні стратегічних цілей підприємства.

3. Визначення переліку підрозділів у структурі підприємства, для яких буде формуватися мотиваційна схема, та визначення конкретних цілей для даних підрозділів.

Можемо зробити висновок, що застосування КРІ в процесі формування системи мотивації персоналу на підприємствах – це ефективний інструмент керівника, який дозволяє організувати роботу так, що поставлені цілі досягатимуться при використанні оптимального рівня ресурсів. Керівник, використовуючи КРІ, визначає цілі для підрозділів та працівників на певний період, забезпечуючи ці підрозділи необхідними ресурсами, і на основі цього вимагає досягнення узгоджених цілей. За допомогою цього інструменту не лише забезпечується досягнення бізнес-цілей, але й контролюється раціональне використання ресурсів підприємства, створюється інструмент управління ефективністю праці.

Список використаних джерел

1. Бортник В. А. Мотиваційна складова формування кадрового потенціалу / В. А. Бортник // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 129-135.
2. Вишнякова М. Как внедрить в компании систему КРІ / М. Вишнякова // Люди и лидерство. Управление персоналом. – 2012. – №2 (74). – С. 22-28
3. Ключков А. К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов / А.К. Ключков – М.: Эксмо, 2010. – 160 с.
4. Мороз О. В. Моделі та методи використання мотиваційних важелів для підвищення ефективності економічного розвитку України : монографія / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова А. А. Шиян // м. Вінниця : ВНТУ, 2016 – 179 с.
5. Панов М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе КРІ. – М.: Инфра-М, 2013. – 255 с.
3. Петрова Т. Професійний розвиток працівників : проблеми стимулювання персоналу та заінтересованості роботодавців / Т. Петрова. – Україна : аспекти праці. – 2010. - № 4. – С. 23-27

Педан В.І.

старший викладач кафедри

Бердянський університет

менеджменту і бізнесу

м. Бердянськ, Україна

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПРОТИДІЮ ЗАКОННІЙ ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДАВНІХ ЧАСІВ

Найдавніші державні формації, такі як Древній Єгипет, Китай, Греція та Римська держава існували завдяки господарській діяльності, яку вони постійно здійснювали як в межах своїх володінь, так із іноземними державами. За давніх часів існували ці відносини і на території сучасної України. Доречно при цьому згадати трипільську культуру, жителі якої займалися обробкою

землі, торгівлею та ремеслами. За думкою О. Субтельного, «адже саме в Україні виникли найдревніші хліборобні цивілізації Європи» [1, с. 9]. Кіммерійці, скіфи, сармати та інші народи, які населяли територію нашої держави, займалися тваринництвом, ремеслами, вели торгівлю з іншими країнами світу. Безумовно, що ці відносини, які існували на протязі різних історичних періодів, вимагали від владних структур забезпечення їхньої діяльності засобами кримінального впливу.

Досліджуючи правові джерела найбільш ранніх державних формувань, можна зробити висновок, що ці господарські відносини вже тоді виступали об'єктами захисту з боку держави. У Древній Індії одним із найважливіших компонентів соціального, суспільного та економічного ладу являлася община. До общин об'єднувалися значна частина населення — вільні землероби. Самою розповсюдженою формою общини була сільська [2, с. 39]. Існування та захист цієї соціальної ланки було регламентовано книгою законів Ману (І ст. до н.е. — І ст. н.е.), у якій було закріплено положення про необхідність охорони господарських відносин з боку держави, обізнаності вищих державних осіб із цими правилами ведення господарських операцій, які здійснювали вайш'ї (селяни, землероби) [3, с. 35]. Зазначеним документом було закріплено охорону господарських відносин також у положеннях про неприпустимість отримання процентів з боку лихваря із сільськогосподарської застави, яка приносить прибуток [3, с. 39]. Заборона викрадення засіяного насіння, знищення прикордонного земельного знака було забезпечене покаранням у виді знівечення [3, с. 52]. Таким чином, враховуючи наявність переважно аграрного сектору економіки, у правовій доктрині Древньої Індії, простежується направленість щодо регулювання та охорони саме сільськогосподарських відносин.

За часів розквіту Античної Грецької держави мав місце значний ріст суспільних, у тому числі господарських відносин, що, насамперед, проявлялося у розквіті культури і економіки грецьких полісів. Це був період прогресу у ливарному виробництві, успіхів у виготовленні глиняного посуду. Розвиток таких форм економіки, як посередництво у торгівлі, підвіз та перевіз товарів, становиться джерелом існування цілих общин [4, с. 59]. У той час захист господарських прав виробників був вельми актуальним, оскільки, за висловленням Плутарха, суперечності між бідними і багатими досягли в той час найвищого ступеня [5, с. 70]. В реформах Солона (594 р. до н.е.) ми знаходимо положення щодо захисту прав селян, якими було відмінено примусову працю на полях багатіїв та сплату шостої частини врожаю, заборонено примусове звернення до рабства боржників, застава землі, що належала селянам. [5, с. 61-62]. Ці заходи, безсумнівно, сприяли суттєвому розвитку сільського господарського виробництва в державі.

В Стародавньому Римі, де значно були розвинуті, ремесла, торгівля, сільське господарство, суб'єктами господарювання виступали держава, церква (*beneficium*), юридичні особи (*universitates*) та фізичні особи: громадяни Риму

(*civitas*) та чужеземці (*peregrini*). При цьому злочини юридично і фактично відрізняли від приватноправових деліктів, але разом із тим вони були складовою цивільного права як особливе джерело зобов'язань та переслідувались за ініціативою римських громадян у судовому порядку, де було широко застосовано принцип таліону (*talio*) – «око за око, зуб за зуб».

Невід'ємною базовою складовою господарської діяльності в Римській державі виступало право власності (*dominium*). «Порушення право власника створювало на його боці конкретну вимогу до порушника» [6, с.388]. Захист своїх господарських прав римський громадянин здійснював в судовому порядку шляхом пред'явлення віндікаційного позову про повернення певної речі, або за допомогою негаторного позову, тобто про недопустимість дій, направлення на перепону здійснення права власності. Права власника, «захищалися також спеціальними позовами по встановлення кордонів маєтку (*actio finium regundorum*), а також – за допомогою розглянутих вище позовів та попереджень про загрозу шкоди (*actio aquae pluviae argendae*, *cautio damni infecti*, *operis novi nuntiatio*) [6, с. 389].

Зазначимо, що захист господарських відносин за часів республіки був обумовлений гострою боротьбою між патриціями та плебеями. Ця лінія простежується в законах XII таблиць (451-450 рр. до н.е.) якими було закріплено свободу приватних асоціацій. В подальшому, за часів Імперії, Закон Августа про колегії (*Lex Julia de collegiis*) регламентував їх діяльність. Розповсюдженими на території держави були такі види колегій, як колегії рибалок, мореплавців, різників кісток, інші виробничі професійні об'єднання. У разі порушення прав професійних колегій вони мали право вчиняти позови до суду. Різновидом колегій виступали товариства. Як зазначав Ульпіан, договори товариства укладалися для будь-якого промислу [3, с.204]. Таким чином, поряд із розвитком Римської держави простежується подальше становлення та вдосконалення господарських відносин, а також застосування засобів правового захисту насамперед колективних суб'єктів господарювання.

Найбільш розповсюдженими злочинами, що посягали на відносини господарської діяльності в Римській державі, були крадіжки (*furtum*), грабежі (*rapina*), протиправне нанесення шкоди (*damnum iniuria datum*). Щодо останнього, закони XII таблиць передбачали декілька специфічних гіпотез, з котрих відомі самовільна порубка дерев або пошкодження, нанесене чужому рабу [6, с. 615]. Так, протидія господарській діяльності нормативно заперечувалася в наступному положенні цього нормативного джерела – «Хай власник не зачіпає та не віднімає належних йому деревини або жерді, використаних іншою людиною на побудову будівлі або для посадки винограднику» [3, с. 82]. Відповідальність було передбачено за завороження посівів, порубку чужих дерев, за таємне знищення врожаю [3, с. 84-86].

Інше правове джерело часів Римської Імперії - Інституції Гая (II вік н.е.) з метою захисту прав римських громадян щодо володіння та утримання нерухомості або землі передбачало інтердикти або формули наказів, які

видавав претор. Інституції вказували про те, що «коли дається інтердикт з приводу землі або будівель, то за наказом претора отримує верх той, хто володів за часів інтердикту, якщо тільки він не силою, ні таємно, ні прекарним чином не отримувал володіння від супротивника... Для відновлення порушеного володіння зазвичай дається інтердикт; якщо хто насильно втратив володіння, йому надається інтердикт.... Цим інтердиктом той, хто вигнав мусив повернути володіння витисненому із своєї ділянки» [3, с. 126-127].

Наступне правове джерело Східної римської імперії – Дигести Юстиніана (529-534 р.р.), яке було створене після розпаду Західної Імперії, також закріплювало норми щодо захисту об'єктів господарської власності. Так у Титулі II було вказано про право наймодавця подати позов, якщо йому не надано можливості добувати плоди із речі, взятої в найм, тобто йому не надано володіння всім полем або частиною [3, с. 221]. У Титулі IV Книги третьої було регламентовано аналогічне право товариств, колегій, союзів на захист від будь-яких посягань шляхом пред'явлення позову. Цим правовим джерелом було також встановлено правило щодо недопустимості примушування до укладання угоди, що може привести до заподіяння шкоди власнику – «бо ніхто не примушується продати, якщо він не згоден із ціною або мірою, особливо якщо не вчиняється нічого всупереч звичаю області» [3, с. 213]. Також одним з засобів захисту прав на заняття господарською діяльністю за Дигестами Юстиніана виступало право подачі позову або видачі інтердикту (наказу претора) про захист сервітутів, узуфрукта, суперфіцію, емфітевзису.

Таким чином, при розгляді різноманітних правових джерел Стародавнього світу простежується тенденція до розвитку та вдосконалення механізмів правового регулювання, у тому числі процесуального захисту як простих, так і організованих суб'єктів господарювання, що, безсумнівно, являлося подальшим історичним етапом розвитку правової доктрини у сфері регламентування та охорони господарських відносин.

Список використаних джерел

1. Субтельний О. Україна: історія. К.: Либідь, 1994. 736 с.
2. Всеобщая история государства и права: Учебник / Под ред. Проф. К.И. Батыра М.: Юристъ, 1999. 456 с.
3. Хрестоматія по загальної історії держави та права. Т.1 / Под. ред. К.И. Батіра і Є.В. Полікарпової. М.: Юристъ, 1996. 392 с.
4. Всемирная история: Учебник для вузов / Под. Ред. Г.Б. Поляка, А.Н. Марковой. М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. 496 с.
5. Історія держави і права зарубіжних країн. Хрестоматія. За ред. В.Д. Гончаренка, Київ. Вид. Дім "Ін Юре". 2002. 716 с.
6. Дождев Д.В. Римское частное право: Учебник для вузов / под общ. ред. акад. РАН, д.ю.н., проф. В.С. Нерсисянца. – 2-е изд., изм. и доп. М. Норма, 2010. 784 с.

Пелик Л.В.

д.т.н., професор кафедри товарознавства та технології непродовольчих товарів,

Пелех Ю.А.

к.т.н., доцент кафедри товарознавства та технології непродовольчих товарів

Львівський торговельно-економічний університет,

м. Львів, Україна

БЕЗПЕКА ВИКОРИСТАННЯ ЛЮМІНЕСЦЕНТНИХ ЛАМП

Зараз дуже популярним джерелом освітлення в побуті є люмінесцентні лампи, які згідно Директиви Європейського Союзу 2005/32/ЄС є лампи освітлення з класом енергоспоживання А [1]. Це пояснюється їх помітною енергоощадністю: їх строк використання набагато триваліший, ніж у ламп розжарювання, а світла вони дають у 5 разів більше. В цих лампах на внутрішні стінки колби наноситься люмінофор, який і випромінює світло, яке ми бачимо. В середині лампи, між електродами у парах ртуті утворюється електричний розряд, який і забезпечує люмінесценцію. Кількість випарів ртуті в колбі може варіюватись і досягає деколи декількох десятків міліграм. Пари ртуті під дією електричного розряду випромінюють ультрафіолетові промені, а ті в свою чергу змушують нанесений на стінки трубки люмінофор випромінювати світло. Якщо енергозберігаючу лампу з необережності розбити, концентрація ртуті в приміщенні в 20 разів перевищить допустимі 0,35 мікрограма на кубометр повітря.

У люмінесцентної лампі ртуть знаходиться в настільки дрібнодисперсному стані, що площа плями контакту мікрокульок ртуті з повітрям становитиме близько 5000 см²! Причому в повітрі ці пари не розчиняються, а «зависають» надовго. В організмі пари ртуті накопичуються і «б'ють» по центральній нервовій системі, ниркам. Особливо небезпечно отруєння ртуттю для дітей.

Всесвітня організація охорони здоров'я відносить ртуть, що відрізняється різноманітним спектром негативного впливу на живі організми, до найпоширеніших і небезпечним токсикантам для навколишнього середовища. В даний час встановлено, що поряд із загальною токсичною дією (отруєнням) ртуть та її сполуки викликають гонадотоксичні (вплив на статеві залози), ембріотоксичні (вплив на зародки), тератогенні (вади розвитку і потворності) і мутагенні (виникнення спадкових змін) ефекти.

Проте енергозберігаючі лампи нового покоління, набагато небезпечніші, ніж передбачалося раніше. Речовини, що входять до складу сучасних енергозберігаючих ламп, можуть викликати захворювання. Мова йде не тільки про пари ртуті, які вивільняються, якщо лампа буде розбита.

Проте цього разу вчені заговорили про нові, може, навіть набагато шкідливіші для людського здоров'я пари і газоподібні леткі сполуки, які виділяються з лампи в процесі її використання. В одній із сертифікованих

лабораторій німецького журналу "Markt" було проведено дослідження з використанням енергозберігаючих ламп різних виробників. У переважній частині пробних зразків виявили підвищену кількість фенолу та інших шкідливих речовин. На думку фахівця з питань шкідливих матеріалів для внутрішньої обробки приміщень, лампи поволі, непомітно отруюють повітря в приміщеннях. При цьому саме ті речовини, які щедро виділяє палаюча під стелею лампочка, є найбільш небезпечними як для людей, так і для інших живих організмів. Міністерство з захисту навколишнього середовища визнає, що шкідливі речовини типу фенолу в лампах справді є, однак наполягає на тому, що кількість таких незначна.

Для роботи при високих навколишніх температурах, наприклад у закритих світильниках, випускаються спеціальні амальгамні люмінесцентні лампи, у яких ртуть замінена її амальгамою. Амальгамою називають сплав металу з ртуттю. В залежності від співвідношення ртуті і металу амальгами при кімнатній температурі можуть бути у рідкому, напіврідкому і твердому стані. При високих температурах амальгама розпадається з виділенням ртуті, яка, випаровуючись, приймає участь у процесах створення газового розряду, як і у звичайній люмінесцентній лампі [2].

Виготовлення люмінесцентних ламп зв'язано із застосуванням токсичної ртуті. Тому розробка безртутних ламп давно притягує увагу. Вдалося створити лампи низького тиску у колбах діаметром 38, довжиною 1200 мм, наповнення неон, з люмінофором на основі оксиду ітрію, із світловою віддачею 23-25 лм/Вт. Завдяки великому градієнту потенціалу стовпа розряду у неоні можна створювати економічні лампи, для певних цілей.

Список використаних джерел

1. Франчук І.А. Світові тенденції розвитку енергозабезпечення і систем їх державного регулювання / І.А.Франчук // Економіка та держава. – №12.– 2013.– С.66-68.
2. Суходоля О.М. Підвищення ефективності використання електроенергії у побуті / Суходоля О.М. // «Енергозбереження Поділля», –2015. – №1. – С. 16-321.

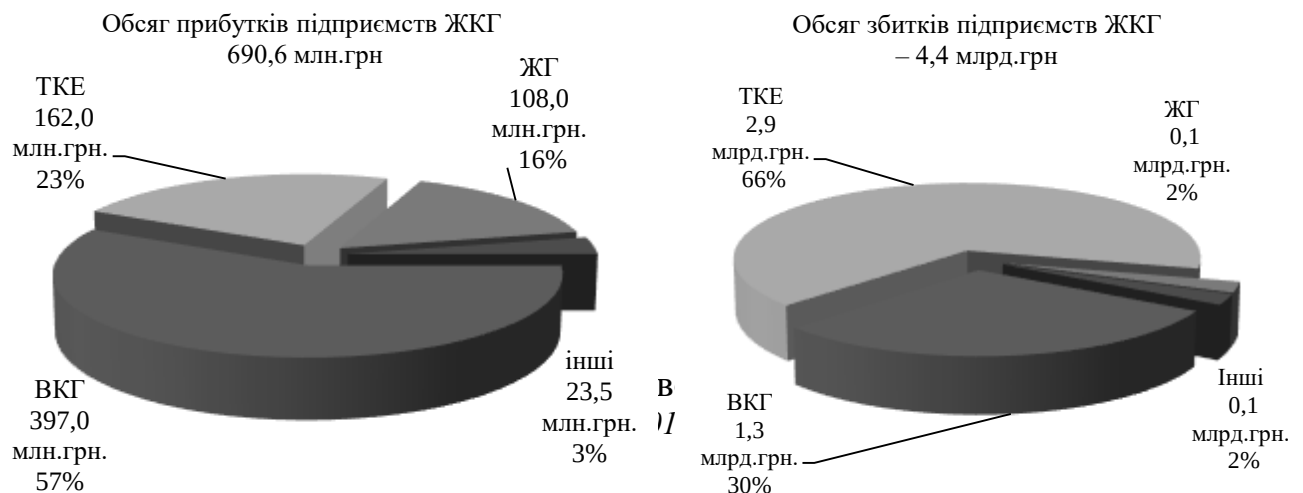
*Петренко А.П.,
студент 1 м спец. «Економіка»
Науковий керівник: Медвідь В.Ю.
д.е.н., проф. кафедри економіки,
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ ЖКГ

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) – це галузь, яка забезпечує першочергові потреби населення і істотно впливає на створення необхідних умов для функціонування всіх галузей економіки України. Якість ЖКГ

значною мірою визначає умови життя населення, економічний розвиток територій і функціонування національного господарства України.

Оцінка фінансового стану підприємств ЖКГ України дає змогу констатувати низку негативних факторів [1], що суттєво впливають на показники їх якості. На рис. 1. наведено структуру прибутків та збитків діяльності підприємств житлово-комунального господарства, в розрізі видів діяльності.



Станом на 01.01.2018 р. обсяг прибутків підприємств ЖКГ склав 690, млн. грн., обсяг збитків – 4,4 млрд. грн. Найбільше збитковими є підприємства ТКЕ 2,9 млрд. грн. (66%).

Динаміка отриманих прибутків та збитків галузі наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Динаміка отриманих прибутків та збитків підприємств ЖКГ України за 2013-2017 рр.

Період, рік	Обсяг прибутків, млн. грн.	Обсяг збитків, млрд. грн.	Дебіторська заборгованість, млрд. грн.	Кредиторська заборгованість, млрд. грн.
2013	268,3 .	5,0	13,6	
2014	1244,8	3,0	12,9	
2015	697,9	4,2	8,8	
2016	423,3	6,1	13,3	28,1
2017	690,6 .	4,4	17,4	29,7

*Складено за джерело [2]

У структурі дебіторської заборгованості підприємств ЖКГ основну частину займає заборгованість населення за спожиті послуги. У структурі кредиторської заборгованості підприємств ЖКГ основну частину займає заборгованість за спожитий природний газ та електроенергію.

Заборгованість населення (без газу та електроенергії) за житлово-комунальні послуги (станом на 01.01.2018 р.) склала 12,6 млрд. грн.

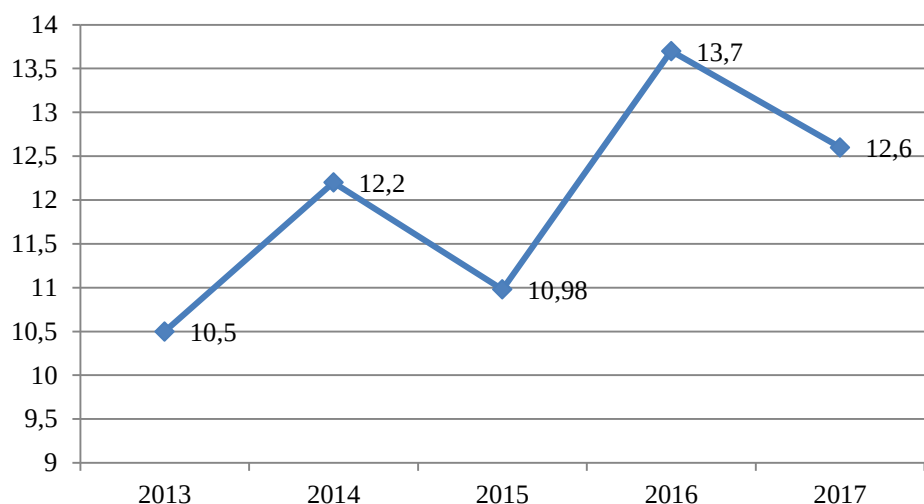


Рисунок 2. Заборгованість населення за житлово-комунальні послуги

*Складено за джерело [2]

В розрізі регіонів України заборгованість населення виглядає наступним чином (рис. 3).

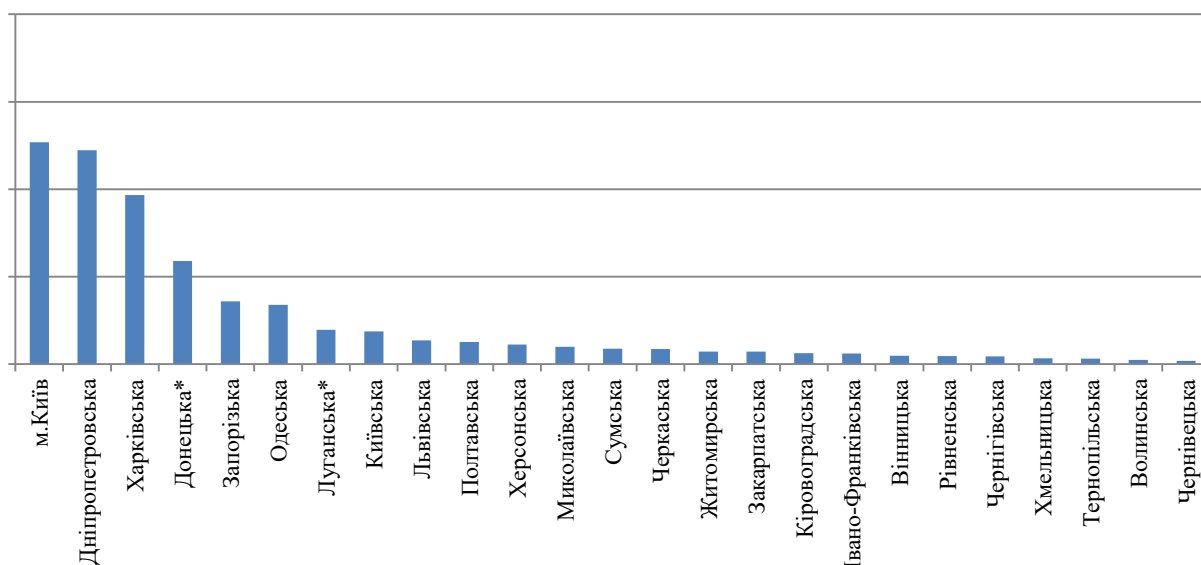


Рисунок 3 - Заборгованість населення за житлово-комунальні послуги в розрізі регіонів України (станом на 01.01.2018 р.), млрд. грн.

*Складено за джерело [2]

На підприємства ЖКГ працює 272,2 тис. осіб, у т. ч.: на підприємствах ТКЕ – 70,8 тис. осіб; на підприємствах ВКГ – 81,6 тис. осіб; на підприємствах ЖГ – 53,2 тис. осіб. Заборгованість підприємств із виплат заробітної плати (станом на 01.01.2018 р.) склала 105,2 млн. грн.

Таким чином, оцінка фінансового стану підприємств ЖКГ дозволяє стверджувати про достатньо велику кількість проблем галузі. Серед причин

виникнення яких, насамперед: відсутність стимулів інвестиційного розвитку непослідовна тарифна політика, відсутність засобів впливу на боржника. Серед заходів, які можуть бути спрямовані на забезпечення беззбиткової діяльності підприємств ЖКГ, можна виокремити, по-перше, забезпечення умов самофінансування підприємств галузі та досягнення рівня економічно обґрунтованих витрат; по-друге, удосконалення нормативно-правових засад функціонування підприємств галузі.

Список використаних джерел

1. Лук'янов В. І. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку житлово-комунального господарства регіонів України / В.І.Лук'янов // Проблеми економіки № 4. – 2017. С. 206-211.
2. Хоцянівська Н.В. Заходи, спрямовані на оздоровлення фінансового стану підприємств галузі / Аналітична доповідь Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства. – [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://www.auc.org.ua/sites/default/files/sectors/u-8/08.11.17_fep_0.pptx

*Пилипенко К.А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

Сучасне індустріальне суспільство базується на природних ресурсах, потрібних для підтримання життя людей, для виробництва товарів і послуг, що забезпечують більш розширені потреби соціуму. Природні ресурси розглядаються як «найважливіші компоненти навколишнього середовища, які використовуються в процесі виробництва з метою забезпечення матеріальних і духовних потреб суспільства» [1].

Під природними ресурсами слід розуміти ресурси у вигляді землі та земельних угідь, корисних копалин, лісів, водних багатств, повітряного простору, рослинного і тваринного світу тощо. Іншими словами, природні ресурси представляють собою природні багатства, які використовуються або можуть використовуватися в матеріальному виробництві, є основою матеріального виробництва.

Законом визначено, що природні ресурси України є власністю українського народу [2]. Питання визнання, класифікації та оцінки природних ресурсів не знаходять свого відображення в стандартах обліку більшості країн. Лише державні органи влади мають право давати дозвіл на розвідку і експлуатацію надр суб'єктам підприємницької діяльності.

Для обліку окремих об'єктів природокористування використовують Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» наведено наступні групи основних засобів: земля, будинки, виробниче обладнання, транспортні засоби тощо. Проте МСБО 16 не регулює питання визнання та оцінки активів, пов'язаних з розвідкою та оцінкою ресурсів та облік прав на корисні копалини та запасів корисних копалин, таких як нафта, природний газ та подібні невідтворювані природні ресурси [3].

Серед МСФЗ є спеціальний стандарт для добувних галузей МСФЗ 6 «Розвідка та оцінка запасів корисних копалин» [4]. Предметом його регулювання є перша з описаних проблем, оскільки сфера стандарту обмежується тільки стадією освоєння природних ресурсів.

Не можна сказати, щоб цей стандарт містив якесь певне рішення. Стандарт позиціонується Радою з МСФЗ як тимчасовий документ, який діятиме до розробки повномасштабного проекту в цій області. Стандарт випущений в цілях тимчасового закріплення тих підходів в обліку, які вже використовуються видобувними підприємствами. МСФЗ 6 «Розвідка та оцінка запасів корисних копалин» виділяє активи, пов'язані з освоєнням природних ресурсів у відособлений клас. До нього відносяться ті активи, які забезпечують лише попереднє освоєння, тобто розвідку і оцінку природних ресурсів, коли їх видобуток ще не ведеться.

Умовно до невичерпних природних ресурсів належать вода, кисень атмосферного повітря, сонячна радіація, ресурси космосу. Вони невичерпні як фізичне тіло. Однак такі ресурси, як вода і повітря, зазнають впливу технічного прогресу, а при сильному забрудненні можливе виснаження цих видів ресурсів, що зумовлює їх перехід до категорії обмежених [5].

Такі невідтворювані природні ресурси не враховуються як об'єкт основних засобів за МСБО 16, але, разом з тим, і не підпадають під сферу впливу інших стандартів з обліку активів, зокрема МСБО 2 «Запаси», МСБО 38 «Нематеріальні активи», МСБО 40 «Інвестиційна нерухомість» та ін.

Запаси природних ресурсів фактично не знаходять свого відображення і в українських Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку. Деякі земельні ділянки, на яких знаходяться природні ресурси, як частина поверхні землі, визнаються об'єктом основних засобів.

Виходячи з цього в Україні бухгалтерський облік традиційних відтворюваних природних ресурсів (земельних, лісових, водних, корисних копалин) регулюється Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». В цьому документі при класифікації груп основних засобів та їх елементів, в складі інших необоротних матеріальних ресурсів згадується об'єкт бухгалтерського обліку – «природні ресурси» [6].

Визначення цього об'єкту обліку дає Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, в якій зазначено, що на субрахунку 114 «Природні ресурси» ведеться облік наявності та руху

придбаних природних ресурсів для наступного видобутку (нафти, газу тощо) [7].

Вважаємо, що нормативно-правова база з бухгалтерського обліку природних ресурсів потребує значного вдосконалення, зокрема, в частині їх визнання, оцінки та облікового відображення у складі активів підприємства. На наш погляд, можливими є три варіанти регулювання обліку природних ресурсів: створення спеціального стандарту; вдосконалення існуючого стандарту з обліку основних засобів; внесення до нього посилення на спеціальний стандарт, в якому розкривається методологія обліку природних ресурсів.

На відміну від зарубіжного досвіду, повне відображення вітчизняними підприємствами у своїй звітності природних ресурсів є рідкісним явищем, оскільки зазвичай дані активи хоча й використовуються в діяльності підприємства, але в документації не наводяться в повній мірі.

Список використаних джерел

1. Царенко О. М. Основи екології та економіки природокористування : [навч. посібник] / О. М. Царенко, О. О. Несветов. – [2-ге вид., стереотипне]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 400 с.
2. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25.06.1991 р. №1264-XII [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rada.gov.ua/>
3. Основні засоби : Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rada.gov.ua/>
4. Розвідка та оцінка запасів корисних копалин: Міжнародний стандарт фінансової звітності 6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_k52.
5. Дубас Р. Г. Економіка природокористування / Р. Г. Дубас. – К. : «МП Леся», 2007. – 448 с. 12. Черевко Г. В. Економіка природокористування / Г. В. Черевко, М. І. Яцків. – Львів : Світ, 1995. – 208 с.
6. Основні засоби : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rada.gov.ua/>
7. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. №291 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://rada.gov.ua/>

*Пилипенко К.А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Бурсова Тетяна Олександрівна,
напрям підготовки 6.030509 «Облік і аудит», СВО «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ В ЕСТОНІЇ

Процеси глобалізації значно впливають на економічне життя держави, що зумовлює необхідність вдосконалення нормативної бази регулювання бухгалтерського обліку. Такі процеси сприяють впровадженню міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності, тому національні стандарти обліку розробляються на основі міжнародних стандартів та не можуть їм суперечити. Але на відміну від українських П(С)БО, МСБО не передбачають єдиного стандарту, що регулює порядок обліку і відображення і звітності дебіторської заборгованості. Існує декілька міжнародних стандартів, що регулюють облік дебіторської заборгованості, такі як: МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації», МСФЗ 9 «Фінансові інструменти», МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання» та МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка».

В зарубіжній практиці дебіторська заборгованість визначається як фінансовий актив та регулюється МСБО 32 [1]. Згідно МСБО 32, фінансовий актив – це будь-який актив, що є контрактним правом: отримувати грошові кошти або інший фінансовий актив від іншого суб'єкта господарювання, або обмінювати фінансові інструменти з іншим суб'єктом господарювання за умов, які є потенційно сприятливими [2].

Поняття дебіторської заборгованості чи її класифікація жодним МСБО чи МСФЗ не визначено. В більшості країн існують лише загальні правила щодо класифікації дебіторської заборгованості, які не мають директивного характеру. На відміну від українського балансу, що має встановлену законодавством форму, баланс зарубіжних компаній може мати різну структуру.

Зарубіжна компанія країн англо-американської системи обліку в своєму балансі класифікує дебіторську заборгованість за наступними групами:

- рахунки до отримання;
- векселі до отримання ;
- дебіторська заборгованість, не пов'язана з реалізацією.

На сьогодні найрозповсюдженими системами обліку, як ми вже зазначали, є англо-американська, континентальна та південно-американська системи обліку. Естонія в своїй практиці ведення бухгалтерського обліку використовує континентальну систему.

Крім дебіторської заборгованості покупців в балансі, відображається, інша заборгованість. В балансі підприємств Естонії передбачається відображення дебіторської заборгованості дочірніх та материнських підприємств, дебіторської заборгованості пов'язаних підприємств, а також розрахунки з акціонерами та інша дебіторська заборгованість. Наведена деталізація складових дебіторської заборгованості підвищує інформаційне наповнення даних фінансової звітності для прийняття управлінських рішень [1].

Варто зазначити, що в Естонії сума сумнівного боргу списується на витрати не залежно від того, застосовні до неї заходи по стягненню чи ні. В більшості країн англо-американської системи крім резерву по сумнівних боргах, компанії можуть створювати інші види резервів, зокрема, резерв на покриття повернень товарів та знижок. В усіх країнах заборгованість відображається в активі балансу, але кожна країна розробила певний перелік статей балансу, в яких і відображається заборгованість згідно діючої класифікації. Також варто звернути увагу на те, що списання дебіторської заборгованості в різних країнах суттєво відрізняється. Так в Україні, заборгованість списується лише за рахунок резерву і списана дебіторська заборгованість не містить відображення в активі балансу, на відміну від Естонії, де заборгованість списується на витрати, але продовжуються обліковуватися в дебеті рахунків, на яких відображається короткострокова заборгованість покупців і показується в активі балансу [3].

Зазначимо, що в Україні найголовніші вказівки, яким чином відображати отримання чи перерахування коштів є план рахунків. Така жорстка регламентація рахунків бухгалтерського обліку дає змогу чітко на всіх підприємствах країни визначити суму заборгованості покупців та замовників, що не можна сказати про Естонію, де підприємства самостійно розробляють плани рахунків [4].

Отже, досліджуючи дане питання можна зробити висновок, що облік дебіторської заборгованості є одним з найбільш складних питань обліку не лише в нашій країні, а й у зарубіжних країнах.

Список використаних джерел:

1. Палчей А. М. Особливості бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості у зарубіжних країнах / А. М. Палчей, М. В. Яцко // Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки. – 2015. – № 12. – С. 97–102. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchuE_2015_12_19
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 32 «Фінансові інструменти: подання» – Режим доступу: https://www.minfin.gov.ua/uploads/redactor/files/IAS%2032_ukr_2016.pdf
3. Гайдучок Т. С. Основи бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості у вітчизняній та зарубіжній системі / Т. С. Гайдучок, Н. І.

Цегельник // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9(1). – С. 190–199. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2012_9\(1\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2012_9(1)_29)

4. Волковицька О. М. Міжнародні нормативи та зарубіжний досвід в організації облікового процесу розрахунків з покупцями та замовниками / О. М. Волковицька, С. Ю. Болтач // Економіка та держава. – 2015. – № 1. – С. 72–75. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2015_1_20

*Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Донченко В.А.,
напрям підготовки 6.030509 «Облік і аудит», СВО «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

СПОЖИВАННЯ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА НЕДОЛІКИ

В останні роки все більший вплив на здоров'я населення планети надає якість і структура харчування. Генетично модифіковані організми стали одним з досягнень ХХ століття. Але основним актуальним питанням є: «Чи безпечні такі продукти для людини?». Виробництво продуктів з використанням генетично модифікованих організмів (ГМО) зростає у світі величезними темпами. Продукти з ГМО не відрізняються від звичайних ні смаком, ні кольором, ні запахом. Їх використовують для виробництва ковбас, сосисок, сиру, консервів, чіпсів, різних соусів, олій, супів швидкого приготування, шоколаду, сиропів та навіть дитячого харчування. Скоротити їх вживання можна, лише маючи уявлення про те, що таке ГМО в продуктах харчування.

Дослідженням питання біотехнології, які були пов'язані з використанням мікроорганізмів у продуктах харчування, займалися такі вчені та мікробіологи: Луї Пастер (Франція), Грегор Мендель, Е. Шредінгер (Австрія), О. Ейвері (США), К. Маклеод (США), М. Маккарті (США), Дж. Уотсон (США), Ф. Крік (Англія), Г. Корана (США), П. Берг (США), Г. Бойер, С. Коен (США), У. Гілберт, Ф. Сенгер та Дж. Сенфордом (США).

Основною метою дослідження є аналіз безпечності чи небезпечності вживання харчових продуктів з вмістом генетично модифікованих організмів.

ГМО – генетично модифікований організм – це будь-який живий організм, що володіє новою комбінацією генетичного матеріалу, отриманої завдяки сучасній біотехнології. Генна інженерія з'явилась у 1972 році як новий напрямок у молекулярній біології [1].

Першим ГМО була кишкова паличка, яку створили у 1973 році. Значного поширення набули ГМО в біотехнологічній промисловості для виробництва лікарських препаратів, наприклад інсуліну, інтерферону. У 90-х роках ХХ століття інтенсивно велися роботи зі створення трансгенних рослин. Серед них: кукурудза, соя, ріпак, бавовник. Трансгенні рослини стійкі до гербіцидів,

шкідників, вірусів, посухи. Це дає можливість певній рослині бути невразливою до хімікатів, які є смертельно небезпечними для інших [2].

У 1996 році вперше було розпочато комерційне використання генетично модифікованих рослин. Багато вчених бачать у генній інженерії спосіб розв'язання глобальної продовольчої проблеми, особливо в країнах, що розвиваються [1].

Про можливу шкоду ГМ-продуктів уперше було заявлено у 2000 році. Тоді була опублікована заява вчених світу про небезпеку генної інженерії. В Євросоюзі був заборонений продаж ГМО з використанням генів стійких до антибіотиків. Зважаючи на це у 2002 році Верховна Рада України прийняла закон «Про приєднання до Картахенського протоколу» [1].

ГМО використовуються у сільському господарстві, харчовому секторі (виробництво продуктів харчування) та в медицині (наприклад, вакцинах). Використання ГМО може бути закритим (лабораторними умовами) або відкритим (контакти з навколишнім середовищем, наприклад, впровадження ГМО на культури). Польща є країною, яка вільна від ГМО у відкритій системі, тоді як уряд України підтримує роботу з ГМО у закритій системі [3].

Основними перевагами у використанні генетично модифікованих продуктів є:

1. Стійкість проти хвороб. Існує багато вірусів, грибків та бактерій, які є причиною хвороби рослин. Біологи, що займаються рослинами, працюють над тим, щоб створити рослини з генетично розробленою стійкістю до всіх розповсюджених хвороб.

2. Стійкість проти морозів. Неочікуваний мороз може зруйнувати чутливі саджанці. Ген антифризу взятий у риб, що мешкають у холодних водах, був використаний для таких рослин як тютюн та картопля. З цим геном антифризу, ці рослини виживуть у низьких температурах.

3. Стійкість проти засухи та солі. Створюючи рослини, що можуть вижити у сильну спеку та у ґрунті з високим вмістом солі, вчені допомагають людям вирощувати врожай і на непрв'ітних землях.

4. Харчування. Недоїдання є дуже розповсюдженою проблемою у країнах третього світу, де зuboжілі люди розраховують лише на єдиний врожай рису, який є основним продуктом у їхньому раціоні. Та рис не містить ту потрібну кількість всіх поживних речовин, яка могла б припинити недоїдання. Дослідники у Швецькому Федеральному інституті технологій по вивченню рослин вивили характерну особливість для рису, який тепер має високий вміст бета-каротину (вітамін А).

5. Фармацевтичні переваги. Виготовлення медикаментів та вакцин часто є дорогою процедурою та інколи для їх зберігання необхідні особливі умови, які не можуть собі дозволити країни третього світу. Науковці працюють над виготовленням вакцин, які можна використовувати у їжу, для помідорів та картоплі.

6. Фітокорекція. Не всі генетично модифіковані рослини вирощуються в якості врожаю. Забруднений ґрунт та підземні води продовжують бути проблемою у всіх частинах світу. Саме тополі були генетично модифіковані для виведення важких металів з забрудненого ґрунту. [4]

Основними недоліками генетично модифікованої їжі є:

1. Загроза для довкілля.

- Зменшення ефективності пестицидів. Оскільки деякі популяції комарів виробили стійкість проти, зараз забороненого, багато людей схвилювані тим, що комахи можуть розвинути і стійкість проти культур, що були генетично модифікованими.

- Небажана передача гену рослині, яка не повинна бути об'єктом модифікації. Іншим об'єктом хвилювання є той факт, що рослина, яку вирощують для споживання у їжу, розроблена зі стійкістю проти гербіцидів може ненароком запилюється, наприклад, з будяком. В результаті стійкість проти гербіцидів передаються від рослини до будяка. Цей «супербудяк» буде мати імунітет проти гербіцидів також. Інші гени можуть передатися від модифікованих рослин до немодифікованих, утворюючи «рослини -мутанти».

2. Загроза для життя людини.

-Алергенність. У багато дітей в США та Європи розвинулися небезпечні для життя алергії на арахіс та інші продукти. Існує ймовірність, що ген, введений у рослину, може створити новий алерген або спричинити алергічну реакцію для людини, яка має схильність до неї.

- Невідомий вплив на життя людини. Існує побоювання, що введення незнайомих генів у харчові продукти може мати неочікуваний на негативний вплив на здоров'я людини.

3. Вплив на економіку. Виведення генетично модифікованої продукції на ринок є процесом довгим та недешевим і аграрні компанії, звичайно, зацікавлені отримати належний прибуток з своїх інвестицій. Багато модифікованих продуктів на даний час є запатентованими, а порушення умов патенту є недопустимим явищем в агробізнесі. [4]

Отже, самі по собі, ГМО є порівняно нешкідливими для людини та навколишнього середовища. Але, як і скрізь в харчовій галузі, все-таки існують певні небезпеки, такі як алергія, введення незнайомих генів у харчові продукти, зменшення ефективності пестицидів та інше.

Найвагомішим аргументом прихильників поширення ГМО є зростання чисельності населення Землі та збільшення потреби в продовольстві. Згідно з прогнозом Відділу ООН з питань народонаселення «Перспективи світового народонаселення, 2008», до 2050 року населення Землі збільшиться на 2,3 млрд. чоловік – з 6,8 млрд. сьогодні до 9,1 млрд. чоловік у 2050 році. Унаслідок цього до 2050 року, згідно з прогнозом Продовольчої і сільськогосподарської організації Об'єднаних Націй (ФАО), для того, щоб прогодувати населення планети, необхідно збільшити виробництво продовольства у світі на 70 % [5].

Купуючи продукти харчування, звертайте увагу на наявність в них таких компонентів як: кукурудзяна олія, кукурудзяний сироп, кукурудзяний крохмаль, соєвий білок, соєва олія, лецитин, соєвий соус, бавовняна олія. Наявність цих складників з великою ймовірністю може свідчити про вміст ГМО.

Список використаних джерел:

1. Корисні чи шкідливі ГМО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lugdpss.gov.ua/pres-tsentr/novyny/1488>
2. ГМО: ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВПЛИВ НА ЖИВІ ОРГАНІЗМИ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://molokija.com/good_to_know/gmo-doslidzhennya-ta-vpliv-na-zhivi-organizmi
3. Гмо - що це таке? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://simptomy.pro/dieta-i-skhudnennia/dieti/gmo-shcho-tse-take/>
4. Переваги та недоліки ГМО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://articles.t1.ua/zdorovja/diety/5974-perevahy-ta-nedoliky-hmo.html>
5. Пилипенко К. А. «Ефект ГМО» та вплив на продовольчу безпеку / К. А. Пилипенко // Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу ПДАА за підсумками науково-дослідної роботи в 2015 році. (м. Полтава, 18-19 травня 2016 р.). – Полтава : РВВ ПДАА, 2016. – С. 301-303.

*Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Шамрай В. Г.,
ЗВО Облік і аудит, СВО «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Проблеми розвитку та удосконалення обліку та контролю виробничих запасів досі не втрачають своєї актуальності. Основними завданнями удосконалення системи обліку та контролю виробничими запасами є: створення раціональної системи організації обліку запасів на підприємстві; удосконалення існуючих методів оцінки та проведення інвентаризації виробничих запасів; удосконалення системи контролю виробничих запасів на всіх етапах технологічного процесу; створення інформаційної бази обліку та контролю виробничих запасів за центрами відповідальності та загалом по підприємству.

Одним із об'єктів обліку в зарубіжних країнах є виробничі запаси. Їх обліку приділяють значну увагу тому що, від ефективного використання запасів товарно-матеріальних цінностей залежить розмір прибутку підприємства та швидкість обороту вкладеного капіталу.

Запаси є найбільш значною частиною активів підприємства. Вони займають лідируючу позицію у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності.

Облік запасів в Україні регламентується П(С)БО 9 «Запаси» та «Методичними рекомендаціями з обліку запасів», затвердженими Наказом Міністерства фінансів України від 10.01.2007. Порядок обліку товарно-матеріальних цінностей у закордонних країнах регламентує МСБО 2 «Запаси», який набув чинності з 01.01.1976. Стандарт визначає поняття собівартості (початкової вартості) та методи оцінювання [1, 2].

Основні відмінності обліку запасів в Україні та в закордонних країнах наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика обліку виробничих запасів

В Україні	В зарубіжних країнах
Принципи формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси та розкриття її у фінансовій звітності встановлено П(С)БО 9 «Запаси».	Основні методологічні принципи оцінки, обліку та відображення у фінансовій звітності запасів викладені у Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 2 «Запаси»
Запаси - активи, які: - утримують для наступного продажу за умови ведення звичайної господарської діяльності; - перебувають у процесі виробництва з метою наступного продажу продукту виробництва	Запаси –це активи, які: а) утримуються для продажу за умов звичайної господарської діяльності; б) перебувають у процесі виробництва для такого продажу в) існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг.
Надходження матеріалів на підприємство здійснюється на підставі товарно-транспортної накладної за якою складається прибутковий ордер в двох примірниках. Перший примірник є підставою для оприбуткування цінностей на склад Другий примірник прибуткового ордера є звітом про використання доручення.	Надходження матеріалів на підприємство оформляється рапортом, який складається у трьох примірниках. Основою для складання рапорту є рахунок-фактура постачальника. один примірник рапорту надсилають у відділ постачання для звірки з умовами розміщення замовлення, другий передають на склад із матеріалами, а третій залишають у групі приймання. Примірник рапорту, який спочатку був направлений у відділ постачання, пізніше передають у фінансову бухгалтерію для розрахунків із постачальниками
Відпуск запасів проводиться в основному на виробництво продукції, при цьому виписується відділом постачання лімітно-забірна карта на місяць в двох примірниках, перший примірник передається на склад, а другий в цех.	Відпуск матеріалів у виробництво здійснюється за вимогами. Вимогу виписують у трьох примірниках. Перший примірник залишається на складі, другий –у групі матеріального обліку, третій –в особі, котра одержує матеріал. Вимога на основні матеріали відрізняється від вимоги на допоміжні матеріали лише за кольором бланка.

Облік наявності і руху запасів в Україні здійснюється лише на рахунках у системі постійного обліку запасів. Виробничі запаси складаються з сировини, основних і допоміжних матеріалів, купованих напівфабрикатів і комплектуючих виробів, будівельних матеріалів, тари й тарних матеріалів, відходів основного виробництва, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб [4].

У зарубіжних країнах до методів аналітичного обліку виробничих запасів відносять:

- метод періодичного обліку;
- метод безперервного (поточного) обліку.

Відповідно до методу періодичного обліку детальний облік матеріальних запасів протягом року не ведеться, а в кінці року має проводитися інвентаризація наявних запасів для встановлення рівня запасів на кінець звітного періоду.

Метод поточного (безперервного) обліку ТМЦ полягає в тому, що систематично з надходженням і рухом матеріальних запасів їх кількість і вартість строго документуються [4].

Оцінка запасів є важливою передумовою організації обліку запасів, адже вона впливає на точність фінансових результатів підприємства.

Особливостями оцінки виробничих запасів у деяких зарубіжних країнах є:

- Швейцарія - запаси можна оцінювати на основі фактичних поточних витрат, відновлювальної вартості або на основі аналогічних витрат;
- Німеччина, в Люксембург та у Франція - запаси оцінюються за найменшою величиною – за собівартістю або за ринковою вартістю;
- США - запаси оцінюються за фактичними витратами на їх придбання на момент отримання або використання запасів у процесі виробництва та інші.

В Україні, згідно П(С)БО 9, запаси при їх надходженні на підприємство оцінюються за собівартістю, яка сплачується згідно з договором постачальнику (продавцю), за вирахуванням суми ввізного мита, непрямих податків, витрат на заготівлю, транспортування запасів та інших витрат, пов'язаних із придбанням запасів та доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях [1].

Отже, виділивши особливості стандартів обліку побудованих на підставі Міжнародних стандартів, але відповідно до специфіки національної системи ми розглянули розбіжності обліку, які виникають в Україні та зарубіжних країнах.

Список використаних джерел

. Національні положення (станданти) бухгалтерського обліку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу::

. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності.
[
Е
л
е

Виробничі запаси: бухгалтерський та податковий облік : Сборник систематизированного законодавства // Бизнес. –2006. –№12(грудень). –С. 8–(прилож. «Збірник систематизованого законодавства»).

Пилипенко К. А. Системи обліку запасів в зарубіжних країнах – переваги та недоліки / К. А. Пилипенко // Матеріали науково-професорська конференція професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 13-14 травня 2015 р.). - Т. 1. Полтава : РВВ ПДАА. 2015. – С. 53-54.

*Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Швед Д. О.
напрям підготовки 6.030509 «Облік і аудит», СВО «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОБЛІК ЗАПАСІВ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Одним із об'єктів обліку в зарубіжних країнах є запаси. Їх обліку приділяють значну увагу через те, що від ефективного використання запасів товарно-матеріальних цінностей залежить розмір прибутку фірми та швидкість обороту вкладеного капіталу.

Запаси є важливою обліково-економічною категорією та об'єктом бухгалтерського обліку на підприємствах, вони займають вагоме місце в оборотних активах та беруть участь у формуванні кінцевого продукту діяльності підприємства й входять до вартості його власного капіталу. Основною умовою здійснення господарської діяльності підприємств є достатній обсяг та раціональне використання виробничих запасів, за рахунок яких вони функціонують, забезпечуючи подальший розвиток суспільних економічних відносин.

Згідно МСБО 2, запаси – це активи, які утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності, перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту, утримання для споживання, виконання робіт, надання послуг [2, с. 1].

які відображають два різних підходи до порядку застосування методів оцінки вартості залишків запасів та собівартості реалізованих запасів.

Бухгалтерський облік в міжнародній практиці передбачає ведення двох систем обліку виробничих запасів постійної та періодичної. В Україні, відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» ведеться постійна система обліку запасів, за кордоном можливе ведення постійної і періодичної системи.

Сутність періодичної системи полягає в тому, що фізичний підрахунок груп матеріалів в виробничих запасах здійснюється через певні визначені періоди часу (наприклад, раз на місяць). За періодичної системи, на відміну від

постійної, відсутній контроль над виробничими запасами між термінами перевірки, тому існує необхідність підтримувати резервний запас на випадок невивантаження матеріалів. Тобто витрати на зберігання виробничих запасів зростають порівняно із постійною системою обліку [3].

Кожна з названих систем має свої відмінності в обліку: по-перше, при постійній системі обліку використовується рахунок для відображення наявності та руху виробничих запасів – «Складські запаси», тоді як при періодичній системі на цьому рахунку відображається лише наявність запасів на початок та кінець періоду; по-друге, при періодичній системі у кінці періоду потрібно робити коригування залишку виробничих запасів на підставі даних інвентаризації та визначити розмір витрат виробничих запасів, які віднесені на собівартість. В США це відбувається за допомогою рахунку фінансових результатів, в країнах Західної Європи – за допомогою спеціального рахунку «Зміна залишків запасів». Система постійного обліку запасів забезпечує відображення на рахунку «Складські запаси» реального стану запасів відповідно до проведених операцій [2, с. 219].

Облік запасів у США ведеться за допомогою US GAAP і регламентується МСБО 2 «Запаси», розділом 4 «Оцінка запасів» (Accounting Research Bulletin 43 (Inventory Pricing), в якому описані загальні принципи, що застосовуються при оцінці даних запасів. Крім того, для обліку запасів використовується FAS 151 «Вартість запасів, поправка до ARB 43, розділ 4 »(Inventory Costs, an amendment of ARB 43, Chapter 4) [4, с. 114].

Ведення обліку запасів безпосередньо впливає на величину прибутку та валюту балансу. Розмір прибутку залежить від методів оцінки запасів які підприємство обирає самостійно та зазначає про це в примітках до фінансової звітності.

Як правило, оцінка матеріальних запасів здійснюється із застосуванням одного з наступних широко розповсюджених методів, кожний з яких заснований на різних варіантах потоку вартостей: метод суцільної ідентифікації, метод середньої вартості, метод оцінки запасів по цінах перших закупівель (ФІФО), метод оцінки запасів по цінах останніх закупівель (ЛІФО). Кожний з методів оцінки товарних запасів є придатним для використання у фінансовій звітності. Методи ФІФО, ЛІФО і середньої вартості широко використовуються крупними компаніями. У кожного метода є свої переваги та недоліки, і не один не може розглядатися як найкращий та довершений. Вибір метода оцінки залежить від його впливу на баланс, звіт про прибутки та збитки, податок на прибуток і рішень, які приймаються керівництвом фірми [3].

При системі періодичного обліку запасів для обліку надходжень запасів застосовуються рахунки «Придбання товарів» або «Витрати на придбання запасів». При застосування методики періодичного обліку запасів у системі бухгалтерського обліку не використовується спеціальний рахунок

«Собівартість реалізованих товарів». Цей показник визначається лише в кінці місяця при складанні звіту про прибутки та збитки [2].

Основною перевагою системи періодичного обліку запасів є невелика трудомісткість та зручність через відсутність ведення поточних записів з відображення руху запасів протягом звітного періоду. Недоліки системи періодичного обліку запасів пов'язані з необхідністю проведення інвентаризації кожного звітного періоду. Також відсутність даних про залишки запасів та собівартість реалізованих запасів значно звужує можливості оперативного управління запасами та контролю за їх станом і рухом. Тому система періодичного обліку запасів використовується, в основному, невеликими підприємствами сфери послуг, торгівлі та виробничої сфери, які реалізують товари, продукцію і послуги за низьким цінами. Ця методика відображення запасів в обліку характерна більше для британо-американської облікової системи, зокрема США [2].

При використанні постійної системи обліку запасів всі надходження відбиваються на рахунку «Запаси», а їхня реалізація (списання) відбивається по дебету рахунку «Собівартість реалізованої продукції» і кредиту рахунку «Запаси».

Перевагами системи постійного обліку запасів є:

- забезпечення користувачів інформацією, яка дозволяє більш оперативно вести управління запасами (підтримання необхідного їх рівня), оскільки на будь-яку дату є дані про кількість, ціну і вартість запасів;
- можливість постійного контролю за наявністю, рухом та собівартістю реалізованих запасів;
- дозволяє визначити дохід від реалізації за кожною такою операцією в момент продажу, оскільки для цього є вся необхідна інформація (дохід від реалізації та фактична собівартість реалізованих запасів);
- не потребує проведення періодичної інвентаризації запасів для визначення їх залишку.

Разом з тим, система постійного обліку запасів вимагає значних трудових затрат облікового персоналу на ведення обліку запасів в умовах ручної організації праці. Проте ці проблеми відпадають завдяки використанню комп'ютерної техніки, яка дозволяє оперативно обробляти значні обсяги облікової інформації. Тому більшість підприємств з метою забезпечення керівництва підприємства інформацією про поточний стан запасів та собівартість їх реалізації переходять на використання системи постійного обліку запасів.

Різниця між собівартістю запасів і їхньою ринковою ціною списується двома методами: прямим і непрямим. У першому випадку ринкову вартість запасів просто заміщає їхня собівартість і різниця прямо списується на собівартість реалізованої продукції; у другому – створюється контрактивний коригувальний рахунок «Знижки в результаті зниження ринкової вартості запасів».

Отже, запаси є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства, вони займають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності; при визначенні результатів господарської діяльності підприємства та при висвітленні інформації про його фінансовий стан.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021
2. Губачева О. М. Облік у зарубіжних країнах / О. М. Губачева, С. І. Мельник. – К. : Центр учбової літератури, 2008.
3. Пилипенко К. А. Облік у зарубіжних країнах : [навч. посіб.] / С. В. Кочерга, К. А. Пилипенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 216 с.
4. Шевчук О. А. Удосконалення обліку фінансової діяльності на основі міжнародного досвіду / О. А. Шевчук // Наука молода : зб. наук. праць молод. вчених Терноп. нац. екон. ун-ту. – Тернопіль, 2014. – Вип. 21.

Писаренко С. В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії
Возна Ю. В.

здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної академії

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ТА ЧИННИКИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ

В умовах ринкових відносин завдання підвищення продуктивності праці як джерела реального економічного зростання стає життєво важливим для подальшого розвитку не тільки окремого підприємства, а і країни в цілому.

Продуктивність праці є однією з найважливіших економічних категорій, в якій найбільш повно відображається ефективність суспільного виробництва. Продуктивність праці – найважливіша характеристика стану економіки країни, окремих галузей. За розмірами та динамікою продуктивності праці оцінюють використання трудового потенціалу, розвиток продуктивних сил, ступінь освоєння досягнень науково-технічного прогресу, визначають рівень життя населення. [1].

Програми підприємства з підвищення ефективності роботи персоналу можуть розроблятися на основі чинників зростання продуктивності праці. Оскільки інтенсивність праці і її використання за часом мають свої об'єктивні межі (фізіологічний і календарний), то основним дієвим джерелом зростання

продуктивності праці можна вважати вдосконалення її продуктивної сили, розширення її потенційних можливостей [2].

Чинники зміни продуктивності праці – це ті рушійні сили або об'єктивні і суб'єктивні фактори, під впливом яких змінюється її рівень. До таких чинників можливо віднести технічний прогрес, удосконалення організації виробництва, управління і праці, зміну форм власності тощо.

Напрями такого вдосконалення визначаються цілим рядом чинників, під впливом яких змінюється продуктивність праці. За наслідками дії всі ці чинники можна розділити на дві групи:

- позитивні;
- негативні.

До першої групи чинників відноситься все, що пов'язане з підвищенням продуктивної сили праці, поліпшенням організації праці і виробництва, соціальних умов життя трудящих.

До другої – несприятливий вплив природних умов, недоліки в організації виробництва і праці, негативний вплив негативних елементів соціальної обстановки.

На рівні окремого підприємства або організації, можна виділити внутрішні і зовнішні чинники [3].

Внутрішні чинники включають рівень технічної озброєності підприємства, ефективність вживаної технології, енергоозброєність праці, організацію праці і виробництва, дієвість вживаних систем стимулювання, навчання кадрів і підвищення кваліфікації, поліпшення структури кадрів і т.п., тобто все залежне від колективу самого підприємства і його керівників.

До зовнішніх чинників слід віднести: зміни асортименту продукції і її трудомісткості у зв'язку із зміною державних замовлень або попиту і пропозиції на ринку; соціально-економічні умови в суспільстві і регіоні; рівень кооперації іншими підприємствами; надійність матеріально-технічного постачання, природні умови і т.п.

По своєму внутрішньому змісту і суті всі чинники прийнято об'єднувати в три основні групи:

- матеріально-технічні, які характеризують досконалість вживаних засобів виробництва;
- організаційно-економічні, визначаючі якість з'єднання робочої сили із засобами виробництва;
- соціально-економічні, що характеризують якість використовуваної робочої сили.

Отже, охарактеризовані чинники підвищення продуктивності праці персоналу підприємства в умовах соціально-економічної кризи в кожен конкретний період здатні вплинути на економію праці за мінімальних витрат, і, як наслідок, спрямовані на максимізацію результатів від їхнього використання.

Список використаних джерел

1. Базилевич В. Д. Економічна теорія: політекономія: підручник / В. Д. Базилевич – К. : Знання, 2006. – 631 с.
2. Бланк И. А. Торговий менеджмент. / И. А. Бланк – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
3. Тимош І. М. Економіка праці: Навч. Посібник / І. М. Тимош – Тернопіль: Астон, 2001 – 347 с.

Писаренко С. В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії

Грицаєнко М. О.

здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної академії

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Малий бізнес є важливою складовою ринкової економіки. Мале підприємство від великого відрізняється за цілями і завданнями, які воно здатне вирішувати. Малі підприємства реалізують підприємницький інтерес й ініціативу власника, який найчастіше є і керівником, і генератором ідей, і фінансовим керуючим. Відповідно, більшість рішень з діяльності даного підприємства ґрунтуються на авторитетній думці власника-керівника [4].

На малих підприємствах відбуваються ті ж управлінські процеси, що й на великих. Але управління малими підприємствами має свої особливості, які пов'язані з малим масштабом діяльності, що обумовлює недосконалість організаційної структури й відсутність чіткого поділу праці. Системам управління малих підприємств характерні гнучка організаційна структура, тимчасове закріплення завдань і робіт за виконавцями, перевага горизонтальних зв'язків, мінімальне використання формальних правил і процедур, готовність до змін, групова динаміка, самоконтроль і контроль з боку колег. Мале підприємство від великого відрізняється за цілями і завданнями, які воно здатне вирішувати.

Малі підприємства реалізують підприємницький інтерес й ініціативу власника, який найчастіше є і керівником, і генератором ідей, і фінансовим керуючим. Відповідно, більшість рішень з діяльності даного підприємства ґрунтуються на авторитетній думці власника-керівника. Якщо перед великим підприємством постають завдання максимізації вартості, то мале підприємство створюється з метою реалізації амбіцій власника, які можуть полягати в тому, що власник прагне:

- а) бути самостійним;
- б) реалізувати свої організаторські здібності;
- в) бути корисним суспільству;
- г) поліпшити свій добробут.

На малому підприємстві як альтернативу плануванню використовують «підприємницьке чуття» [2]. Бусек Ю. Малые и средние предприятия: политика и управление // Проблемы теории и практики управления.— 2002.- №2. — С. 64-70.. Рішення, які опираються на інтуїцію, можуть цілком відповідати виробничо-господарським інтересам підприємства, але ймовірність ухвалення правильного рішення за допомогою нераціональних процедур набагато нижча, ніж за раціонально обґрунтованої, планомірної дії. Тому імпровізацію й інтуїцію варто розглядати як доповнення до планування, але не як повноцінну альтернативу.

Малі підприємства гостро сприймають вплив зовнішнього середовища, найважливішим елементом управління є особлива стратегія протидії негативному впливу, що передбачає: коректування цілей, внесення виправлень у систему критеріїв ефективності функціонування, обґрунтування й вибір нововведень. Це сприятиме постійному вдосконаленню організаційної структури, підвищенню кваліфікації персоналу.

Системам управління малих підприємств характерні гнучка організаційна структура, тимчасове закріплення завдань і робіт за виконавцями, перевага горизонтальних зв'язків, мінімальне використання формальних правил і процедур, готовність до змін, групова динаміка, самоконтроль і контроль з боку колег. Свої особливості на малому підприємстві має мотивація, оскільки, як правило, на таких підприємствах працюють люди творчі й ініціативні. Це припущення Ю. Бусек ґрунтував на дослідженнях Д. Мак-Клеланда, який вважав, що люди гостріше всього відчують три потреби – влади, успіху, причетності [2].

Особливістю планування на вітчизняних малих підприємствах є відсутність довгострокових планів [3].

Для підвищення результативності управління малого підприємства доцільно використовувати методи стратегічного управління з урахуванням особливостей сегментованих галузей.

Для ефективного управління малим підприємством доцільно враховувати, що здатність до самозбереження, адаптації до зовнішніх змін дозволяє здійснювати його діяльність довгі роки, не боячись «морального зношування», втрати працездатності й банкрутства. Кожному підприємству необхідно постійно модернізуватися до вимог ринку не тільки за допомогою виробництва конкурентоспроможних товарів, але й шляхом удосконалення управління. Оскільки малі підприємства гостро сприймають вплив зовнішнього середовища, найважливішим елементом управління є особлива стратегія протидії негативному впливу, що передбачає: коректування цілей, внесення виправлень у систему критеріїв ефективності функціонування, обґрунтування й вибір нововведень. Це сприятиме постійному вдосконаленню організаційної структури, підвищенню кваліфікації персоналу, зниженню ступеня централізації [1].

Отже проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що для малих підприємств в цілому характерні ті ж управлінські процеси, що й великим. Але управління малими підприємствами має такі специфічні риси:

1) об'єднання функцій власника й керівника. Крім того, обов'язки з управління часто виконуються менеджером паралельно з іншою роботою у межах практичної діяльності підприємства;

2) відсутність на багатьох підприємствах планових відділів є причиною того, що плани не фіксуються документально. Відсутність систем довгострокового планування призводить до використання «підприємницького чуття» як альтернативи плануванню;

3) малі підприємства відносять до адаптивних систем, яким притаманні: гнучка організаційна структура, тимчасове закріплення завдань і робіт за виконавцями; децентралізація повноважень і відповідальності; перевага горизонтальних зв'язків; мінімальне використання формальних правил і процедур; готовність до змін;

4) використання гнучких методів контролю;

5) перевага усного вербального спілкування. При цьому процес передачі інформації через спрощену ієрархію стосунків проходить більш швидко, ніж у великих організаціях.

Список використаних джерел

1. Бусек Ю. Малые и средние предприятия: политика и управление. / Ю. Бусек // Проблемы теории и практики управления. – 2002.- №2. – С. 64-70
2. Ваганов К., Кириченко О. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. / К. Ваганов, О. Кириченко // Актуальні проблеми економіки.– 2008.– №1. – С. 103–118.
3. Ракша Н. Щодо підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва в Україні. / Н. Ракша // Економіст.– 2006.– №3. – С. 52–54.
4. Варналій З. Пріоритети вдосконалення державної політики розвитку малого підприємництва в Україні / З. Варналій, Т. Васильців, Д. Покришка // Стратегічні пріоритети. – 2014. – № 2. – С.49-54

Писаренко С. В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії

Зимарев А. В.

здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної академії

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ ПОКАЗНИКИ

Підвищення ефективності підприємництва як основної форми господарювання в сучасних умовах трансформації економіки пов'язане з удосконаленням і активізацією інноваційно-технічного, організаційного та

фінансового менеджменту, господарського механізму в цілому на рівні підприємств.

Ефективна підприємницька діяльність можлива лише за певних соціально-економічних умов при певному політичному устрої, який заохочує підприємництво.

Категорія «ефективність» на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату його діяльності й кількістю інвестованих або витрачених у виробництві ресурсів. Підвищення ефективності можна досягнути шляхом використання меншої кількості ресурсів для створення такого результату або за використанням такої самої кількості ресурсів чи більшого випуску з відносно меншою кількістю ресурсів для створення більшого результату [1, 3].

Оцінюючи економічну ефективність діяльності підприємства, потрібно враховувати ефективність для власників (учасників) підприємства. Рекомендують оцінювати такі види економічної ефективності:

- ефективність діяльності підприємства в цілому;
- ефективність участі в капіталі підприємства (ефективність власного капіталу власника підприємства або ефективність інвестицій у статутний капітал підприємства його учасників). Подібні розрахунки здійснюються з метою підтвердження для кожного з учасників доцільності його участі в капіталі підприємства і належать до класу розрахунків доцільності інвестування.

З теоретичної позиції ефективність господарської діяльності являє собою економічну категорію, яка відображає широкий комплекс умов функціонування продуктивних сил і виробничих відносин, які у сукупності забезпечують процес розширеного відтворення.

Як узагальнюючий показник результатів діяльності підприємств часто використовується показник прибутку [1, 2]. Але, на думку А.Д. Шеремета, прибуток в абсолютному вираженні не має властивості сукупного ефекту, він містить в собі такі фактори, як собівартість продукції, збільшення обсягу продукції, її якість і асортимент й т.і., але не відображає результати застосування ресурсів, тобто авансування капіталу, що проявляється тільки в показнику рентабельності [3]. А на думку Марка Брауна «компанія може демонструвати прибуток у бухгалтерському балансі, але у дійсності працювати у збиток, якщо згадати про вартість капіталу, необхідного для управління бізнесом. Тому прибуток може виявитися тим показником, який вводить менеджерів в оману при оцінці фінансового успіху».

Досить поширеним підходом щодо оцінки економічної ефективності виробництва було використання показників відносної економії живої праці, основних виробничих фондів, нормованих оборотних коштів, матеріальних витрат, а також темпів росту обсягів виробництва продукції, темпів росту продуктивності праці та ін. В якості найбільш узагальнюючого показника,

який характеризує динаміку ефективності і інтенсифікації виробництва, використовують показник витрат на гривню продукції [5].

Оскільки ефективність виробництва являє собою результат взаємодії елементів виробничого процесу: робочої сили, предметів праці і засобів праці, система показників ефективності виробництва складається з показників ефективності використання праці, основних фондів, матеріальних ресурсів. У господарській практиці проблема аналізу ефективності використання ресурсів дотепер вирішувалась шляхом розрахунку різних якісних показників ефективності діленням кількісних показників ефекту на витрати [4].

Найпоширенішими показниками ефективності виробництва є: продуктивність праці, рентабельність основних фондів, фондівіддача, матеріалоємність і т.і. або їх модифікація. У цьому випадку ефективність виробництва оцінюється на основі моделей, складених зі структурних показників, які не відображають ефективність виробництва всебічно, а характеризують тільки її окремі аспекти, компонентні явища, використання ресурсів.

Таким чином можна зробити висновок, що системний підхід у забезпеченні ефективності діяльності найбільш повно охоплює всі фактори існування підприємства. Імено системний підхід до оцінки ефективності в сучасних організаціях наголошує, що не існує одного критерію для оцінки ефективності організацій різних типів або відповідного всім стадіям життєвого циклу підприємства.

Список використаних джерел

1. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку. / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. - №3. – С. 138-147.
2. Литвин М.И. Прогнозирование прибыли на основе факторной модели. / М. И. Литвин // Финансовый менеджмент. – 2002. - №6. – С.3-10.
3. Шершнева З.Е., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч.посібник – К.: КНЕУ, 2005 г.
4. Кублікова Т.Б. Современное состояние и направления инновационного развития Украины / Т.Б. Кублікова // Ринок цінних паперів України. Журнал. НКЦПФР – 2013. – № 7-8 – С. 59-72.
5. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала. – М. МП «Сувенир», 2003 г. 7. http://www.new-org.ru/?m=organization_gloss&an=effectiv

Писаренко С. В.

*к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської
державної аграрної академії*

Іванько М. В.

*здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної
академії*

СТРУКТУРА ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ

У теоретичних розробках потенціал підприємства розглядається як ресурсна база розвитку в умовах модернізації вітчизняної економіки і адаптації до конкурентного ринку. Поліпшення потенціалу підприємства пов'язано з інноваційними процесами та впровадженням ефективних і масштабних інвестиційних проектів в Україні. Теоретичний і практичний інтерес за цих умов викликає оцінка і розвиток потенціалу підприємства.

Потенціал підприємства – це складна, динамічна, поліструктурна система. Ця агломерація має певні закономірності розвитку, від уміння використати, які вирішальною мірою залежить ефективність економіки, темпи та якості її зростання [3].

Беручи загалом, до елементів потенціалу підприємства можна віднести все, що пов'язане з функціонуванням і розвитком підприємства. Відбір найважливіших із цих елементів становить дуже складну проблему, що підтверджується безліччю різних думок науковців з цього приводу.

Об'єктні складові пов'язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. Вони споживаються і відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування. До них належить: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал.

Інноваційний потенціал – сукупні можливості підприємства щодо генерації, сприйняття та впровадження нових (радикальних і модифікованих) ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення [1].

Виробничий потенціал – наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг). Його треба також сприймати як сукупність ресурсів, що функціонують і здатні виробляти певний обсяг продукції. Тому виробничий потенціал є поліструктурною системою.

До його складу входять:

- потенціал землі та природно-кліматичні умови;
- потенціал основних фондів;
- потенціал оборотних фондів;
- потенціал нематеріальних активів;

– потенціал технологічного персоналу.

Потенціал землі та природно-кліматичні умови – можливості підприємства використовувати сукупні природні багатства у господарській діяльності.

Фондовий потенціал – наявні та скриті можливості основних фондів, які формують техніко-технологічний базис виробничої потужності підприємства.

Потенціал оборотних фондів – це частина виробничого капіталу підприємства у вигляді певної сукупності предметів праці (сировини, конструкційних матеріалів, палива, енергії та різних допоміжних матеріалів), які перебувають у виробничих запасах, незавершеному виробництві, напівфабрикатах власного виготовлення і витратах майбутніх періодів.

Потенціал нематеріальних активів – сукупність можливостей підприємства використовувати права на нові чи наявні продукти інтелектуальної праці в господарському процесі з метою реалізації корпоративних інтересів на засаді задоволення суспільних потреб.

Потенціал технологічного персоналу – здатність робітників виробляти різні продукти, надавати послуги чи виконувати роботи [1].

Фінансовий потенціал – обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів підприємства, що ними воно може розпоряджатися для здійснення поточних і перспективних витрат. Головною складовою фінансового потенціалу є інвестиційний, тобто наявні та приховані можливості підприємства для здійснення простого і розширеного відтворення.

Відтворення потенціалу підприємства – це процес безперервного відновлення всіх його складових. Просте відтворення потенціалу підприємства здійснюється в незмінних обсягах для відновлення спожитих факторів виробництва і забезпечення безперервності його функціонування.

Розширене відтворення потенціалу підприємства передбачає кількісний та якісний розвиток виробничих факторів та інших складових потенціалу, котрі забезпечують вищу результативність його діяльності. У межах розширеного відтворення можна виокремити три типи розвитку потенціалу підприємства: екстенсивний (традиційний), інтенсивний (інноваційний) і екстенсивно-інтенсивний (змішаний).

За екстенсивного типу відтворення потенціалу збільшення масштабів виробництва досягається за рахунок додаткового залучення трудових, природних ресурсів і засобів виробництва і збереження сформованої техніко-технологічної основи.

За інтенсивного типу відтворення розвиток потенціалу досягається через якісне вдосконалення факторів виробництва: застосування прогресивних знарядь і предметів праці та видів енергетичних ресурсів, підвищення кваліфікації технологічного й управлінського персоналу, а також постійне поліпшення використання всіх наявних складових потенціалу підприємства.

Щодо змішаного типу розширеного відтворення потенціалу, то він характеризується збалансованістю або домінуванням одного з двох інших

факторів розвитку. Тому розрізняють переважно екстенсивний, переважно інтенсивний чи змішаний характер економічного розвитку [2].

Відтворення окремих складових потенціалу підприємства має свої часові цикли та особливості, що зумовлюють використання різних джерел фінансового забезпечення, пов'язаного з формуванням і відтворенням виробничого капіталу.

Отже, під відтворення потенціалом слід розуміти сукупність матеріально-технічних, нематеріальних, фінансових та інших ресурсів капіталу, які перебувають у розпорядженні підприємства або можуть бути додатково залучені й використані для простого чи розширеного відтворення факторів виробництва та інших складових потенціалу підприємства.

Список використаних джерел

1. Бакум І. В., Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства. / І. В. Бакум, В. І. Хомяков – К., 2007. – 400 с.
2. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб та доп. [текст]: підручник / Н.В.Касьянова, Д.в.Солоха, В.В.Морева, О.В.Белякова, О.Б.Балакай – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.
3. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк – К.: КНЕУ, 2004. – 316с.

Писаренко С. В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії

Крупа О. П.

здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної академії

ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Жорстка конкурентна боротьба на ринку вимагає від підприємств підвищення ефективності діяльності, поліпшення споживчих якостей продукції та послуг, розширення асортименту, активізації діяльності підприємництва в цілому. Тому найважливішим завданням функціонування сучасного підприємства є підвищення ефективності його діяльності за рахунок вдалого використання його внутрішніх та зовнішніх резервів на інноваційних засадах.

Ефективність діяльності – це узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання засобів, предметів праці і робочої сили на підприємстві за певний проміжок часу. Загальну економічну ефективність виробництва ще називають загальною продуктивністю виробничої системи

Розрізняють результат самого процесу виробництва, який може виступати у формі чистої продукції підприємства, прибутку, і кінцевий народногосподарський результат роботи підприємства, який, крім обсягів виготовленої продукції, враховує її споживну вартість, значимість для суспільства [2].

Під резервами підвищення економічної ефективності виробництва розуміють невикористані можливості збільшення випуску продукції в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства.

Рівень ефективності діяльності підприємства залежить також від зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести: державну і соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти, економічні нормативи); інституційні механізми (дослідні і навчальні центри, інститути, асоціації); інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, транспорт, торгівлю); структурні зміни в суспільстві та економіці (в сфері технологій, наукових досліджень, в складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації).

Внутрішні чинники розподіляють на «тверді», тобто ті, що піддаються вимірюванню і мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали, енергія, вироби) та «м'які» (організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління). Кожне підприємство мусить постійно контролювати процес використання внутрішніх чинників через розробку та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності діяльності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників [1].

Найважливішим попередніми умовами створення цілісного та ефективного господарського механізму, адаптації підприємств до умов регульованого ринку є подальша розробка комплексу теоретичних і методичних питань в плануванні та обліку. У зв'язку з цим виникає необхідність конкретизації напрямків дії та використання головних внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

Значне підвищення ефективності функціонування підприємств можливе за умови застосування сучасних управлінських методів. Як показує досвід провідних підприємств світу за допомогою ефективного менеджменту, можна суттєво знизити витрати виробництва і підвищити ефективність функціонування підприємства. Важливим поштовхом до цього є використання мотиваційного механізму залучення працівників підприємств до участі в його управлінні, посилення стимулів до створення і впровадження раціоналізаторських пропозицій [3].

Список використаних джерел

1. Богданович О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. Маркетинг і менеджмент інновацій / О. Г. Богданович. – 2012. – №1. – С. 45–58.
1. Бойчик І.М. Економіка підприємства : Навч. посіб. / І.М. Бойчик. – [вид. 2-ге, доп. і перероб.]. – К. : Атіка, 2007. – 528 с.
3. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 352 с.

Писаренко С. В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії

Мороз М. В.

здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної академії

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Існує непересічна залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємства, організації.

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх факторів – це характер продукції, яка випускається на підприємстві, технології та організації виробництва; під впливом зовнішніх факторів – це демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характеру ринку праці.

Від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, імідж підприємства, його фінансова стабільність, усі показники діяльності підприємства.

Управління персоналом можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші, традиційно, пов'язуються з забезпеченням ефективності підприємства. Причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні - як отримання максимального прибутку [4].

Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані - як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю

працею, участю у трудовому колективі підприємства, високий рівень самооцінки колективу, мотивація персоналу до ефективної праці.

Система управління персоналом, яка склалась на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та викристалізації власного досвіду, включає сьогодні такі підсистеми:

Аналіз та планування персоналу: до цієї підсистеми належать розробка кадрової політики, розробка стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу та ринку праці, кадрове планування, прогнозування потреб у персоналі, організація реклами та встановлення взаємодії із зовнішніми організаціями, що забезпечують підприємство кадрами.

Підбір та наймання персоналу: проведення співбесід, тестів, анкетування для вияву інтелектуального рівня, професіоналізму, комунікативності та інших необхідних якостей.

Оцінювання персоналу: персональна оцінка – рівень знань, умінь, майстерності та особистісної відповідальності; оцінка виконуваної роботи та її результатів.

Організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу: навчання персоналу, перепідготовка та підвищення кваліфікації, введення в посаду, організація кадрового зростання, реалізація службово-професійного просування та кар'єри співробітників, робота з кадровим резервом [2].

Атестація і ротація кадрів: проведення заходів, спрямованих на вияв відповідності результатів діяльності, якостей і потенціалу особистості працівника вимогам, що висуваються до виконуваної роботи.

Управління оплатою праці.

Мотивація персоналу: розробка систем мотивації, вироблення систем оплати праці, участі персоналу в прибутках і капіталі підприємства, розробка форм морального стимулювання персоналу.

Облік співробітників підприємства: облік прийому, переміщення, винагород співробітників та стягнень з них, звільнення персоналу, організація ефективного використання персоналу, управління зайнятістю персоналу, кадрове діловодство.

Організація трудових відносин на підприємстві: оцінювання виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, формування у співробітників почуття відповідальності, аналіз та регулювання групових і міжособистісних відносин, управління виробничими конфліктами та стресами, соціально-психологічна діагностика, встановлення норм корпоративної культури, робота зі скаргами на трудові відносини.

Створення умов праці: створення безпечних умов для праці співробітників; дотримання норм психофізіології праці, ергономіки, технічної естетики; кадрова безпека.

Соціальний розвиток та соціальне партнерство: організація харчування, медичного і побутового обслуговування, відпочинку та культурно-оздоровчих

заходів, управління конфліктами та стресами, організація соціального страхування [2].

Успіх управління персоналом визначається двома основними чинниками: здатністю підприємства чітко визначити, яка поведінка працівників потрібна для досягнення його стратегії, і можливістю застосовувати ефективні управлінські важелі для спрямування працівників на бажану поведінку. Обидва завдання однаково важливі й складні, особливо в умовах ринкової трансформації економіки.

Найважливішими особливостями сучасного процесу вдосконалення управління персоналом є:

- розширення повноважень виконавців на місцях і зміна форми контролю;
- спільне прийняття господарських рішень і створення атмосфери довіри на підприємстві;
- розвиток механізмів планування кар'єри для ключових працівників;
- комплексне бачення проблем і цілісний підхід до людських ресурсів у взаємозв'язку зі стратегічними установками підприємства;
- створення корпоративної культури інноваційного типу.

Результативність (ефективність) господарювання на підприємстві великою (якщо не вирішальною) мірою залежить від якості чинної системи управління персоналом. Під системою управління розуміють багато векторну діяльність відповідних відділів (служб) підприємства, галузових органів та органів центральної виконавчої влади; вона охоплює низку функціональних підсистем, перелік яких з короткою змістовою характеристикою наведено нижче [1].

Отже сучасний бізнес передовсім базується на управлінні. Якщо люди – це основа виробництва, то управління ними відіграє головну роль в діяльності підприємства. Як організує керівник управління персоналом, так і буде працювати підприємство. Ефективне управління приведе до бажаних успіхів та до досягнення головної місії підприємства – це максимальне отримання прибутку.

Список використаних джерел

1. Крушельницька О. Управління персоналом: Навчальний посібник/ Ольга Крушельницька, Дмитро Мельничук,. - 2-е вид., перероб. й доп.. - К.: Кондор, 2005. – 304 с.
2. Менеджмент персоналу: Навчальний посібник/ В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.; За заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха; М-во освіти і науки України, КНЕУ. - К.: КНЕУ, 2005. - 398 с
3. Скібіцька Л. І. Менеджмент: Навчальний посібник для вищих навч. закладів/ Л. І. Скібіцька, О. М. Скібіцький; Мін-во освіти і науки України. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 415 с.
4. Хміль Ф. Управління персоналом: Підручник/ Федір Хміль,. - К.: Академвидав, 2006. - 487 с.

Писаренко С. В.

*к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської
державної аграрної академії*

Шиков О. В.

*здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної
академії*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ФАКТОРИ ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Проблема забезпечення ефективності підприємства у теперішніх умовах розвитку економіки набуває особливої актуальності, оскільки наслідки неправильно обраної стратегії і тактичної діяльності підприємства в умовах висококонкурентного середовища стають критичними та загрожують його існуванню. Управління підприємством визначає основні напрями його розвитку, можливості та ризики, пов'язані із зовнішнім середовищем та внутрішніми процесами. Ефективне керування сприяє формуванню довгострокової конкурентної переваги, що визначає позиції підприємства в умовах жорсткої конкурентної боротьби.

Складовою частиною формування механізму керування підприємства слугуватиме систематизація факторів підвищення ефективності [2].

Незважаючи на різноманіття факторів за сферами діяльності підприємства, в основі ефективного управління діяльністю лежить індивідуальний набір факторів, які повинні бути в полі зору менеджменту підприємства, оскільки під впливом тих або інших факторів формується виробничий потенціал, а він повинен бути вчасно реалізований для підвищення конкурентоспроможності й стійкого соціально-економічного розвитку підприємства, а якщо ні, то ріст потенціалу характеризує зниження ефективності керування підприємством.

Єдність принципів основ організації виробництва дає змогу виділити фактори ефективності за такими основними сферами діяльності підприємства, як економічна, виробнича, організаційна, соціальна, екологічна й правова. Особливістю систематизації факторів ефективності є те, що вони розглядаються у взаємозв'язку з факторами, характерними для ринкової економіки: попит та пропозиція на продукцію й ресурси, доступ до ринку ресурсів і нових технологій.

Єдність принципів основ організації виробництва дає змогу також визначити фактори ефективності у виробничій сфері підприємства, такі як структура промислового виробництва; завантаження виробничих потужностей; ступінь фізичного й морального зношування основних фондів; матеріалоємність виробництва; технологічна трудомісткість виробництва; впровадження прогресивних технологічних процесів; використання менш ресурсоемних матеріалів; зниження всіх видів втрат виробництва; укрупнення

одиничних потужностей і реалізація інших способів концентрації виробництва; рівень електрифікації промислового виробництва; технологічне комбінування виробництва. Фактори цієї сфери діяльності є визначальними під час формування й реалізації програм щодо економії витрат підприємства[1].

Управління ефективністю роботи підприємства передбачає урахування основних положень теорії максимізації прибутку. Підприємство повинно працювати таким чином, щоб забезпечити максимальний дохід його власникам. У рамках традиційної неокласичної економічної моделі передбачається, що будь-яке підприємство існує для того, щоб максимізувати прибуток у довгостроковій перспективі. При цьому як орієнтир розглядається прибуток середній для галузі або той прибуток, що об'єктивно задовольняє власників.

Незважаючи на різноманіття факторів за сферами діяльності підприємства, в основі ефективного управління діяльністю лежить індивідуальний набір факторів, які повинні бути в полі зору менеджменту підприємства, оскільки під впливом тих або інших факторів формується виробничий потенціал, а він повинен бути вчасно реалізований для підвищення конкурентоспроможності й стійкого соціально-економічного розвитку підприємства, а якщо ні, то ріст потенціалу характеризує зниження ефективності керування підприємством.

Отже аналіз теорії й практики управління ефективністю підприємства та її факторів впливу, дав змогу зробити такі висновки. Назріла необхідність розробки сучасних теоретико-методологічних підходів управління результативністю діяльності підприємств в теперішніх умовах господарювання, оскільки ці питання не тільки становлять науковий інтерес, але й мають суттєве значення для його розвитку.

Список використаних джерел

1. Кундакчан Р. М. Система экономических интересов среднего класса в концепции повышения качества жизни населения. Вопросы экономической теории. Макроэкономика / Р. М. Кундакчан // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 3 (35). – С. 31–35
2. Петровська Т. Е. Альтернативні підходи до споживання вітчизняного вугілля у контексті енергетичної безпеки України / Т. Е. Петровська // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. пр. – Вип. 21. – К., 2010. – С. 331–338.

Письменна І. А.

*судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр*

МВС України, м. Полтава, Україна

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РУК ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ КЛАСИФІКАТОРАМИ

Безпека життя та здоров'я людини має величезне значення. Тому до товарів, які несуть за це відповідальність, неодмінно, має бути прикута увага спеціалістів та експертів, котрі мають повноваження, піддавати експертизі різноманітні товари. Засоби захисту рук – один із засобів індивідуального захисту людини. У цю категорію входять всі засоби для захисту рук від зовнішнього механічного впливу, хімічного – це робочі рукавиці, робочі рукавички, краги, рукавички трикотажні.

Сьогодні, на українському ринку засобів індивідуального захисту рук відбувається як кількісний, так і якісний стрибок. Ростає не тільки попит на рукавички, а й вимоги покупців до якості продукції. Так, якщо ще декілька років тому для більшості клієнтів визначальним чинником у виборі рукавичок була ціна виробу, то сьогодні багато замовників готові «розщедритися» на більш якісний товар.

Для захисту від різноманітних виробничих ризиків існує велика кількість видів захисних рукавиць. Згідно з пунктом 2 Технічного регламенту засобів індивідуального захисту [1], усі засоби захисту поділяють на три категорії. Рукавиці належать до першої та третьої категорій.

Перша категорія – засоби індивідуального захисту (далі – ЗІЗ), що мають конструкцію простої складності та призначені для захисту від таких чинників: незначної механічної дії (наприклад, садові рукавиці); впливу слабких мийних засобів, наслідки дії яких легко усуваються (рукавиці для захисту від впливу розчинів мийних засобів; рукавиці гумові технічні; спеціальні рукавиці для захисту від хімічних речовин і мікроорганізмів); температурного впливу при взаємодії з поверхнями, нагрітими до температури, що не перевищує 50°C, і нешкідливого механічного впливу (рукавиці для захисту від термічного впливу (тепла та/чи полум'я); для захисту від порізів і проколів ручними ножами; рукавиці для захисту від механічних ушкоджень; рукавиці з механічним захистом для електротехнічних робіт; слабких ударів та вібрації, що не впливають на життєво важливі органи та не здатні спричинити невиліковні ушкодження (рукавиці для захисту від вібрації); впливу погодних умов.

Третя категорія – ЗІЗ, що мають конструкцію високої складності та призначені для захисту від небезпеки, яка загрожує життю людей, або небезпеки заподіяння невиліковних тілесних ушкоджень, ступінь якої користувач ЗІЗ не може визначити своєчасно. До цієї категорії належать: ЗІЗ, що забезпечують частковий захист від впливу хімічних речовин та

іонізуючого випромінювання (спеціальні рукавиці для захисту від хімічних речовин і мікроорганізмів; рукавиці для захисту від іонізуючого випромінювання та радіоактивних речовин; рукавиці для захисту від радіоактивних речовин); аварійне спорядження, призначене для використання при високих температурах, вплив яких можна порівняти з впливом нагрітого до температури 100°C або вище повітря і які супроводжуються / не супроводжуються інфрачервоним випромінюванням, відкритим полум'ям або виділенням великої кількості розплавлених речовин (рукавиці спеціальні; рукавиці захисні для пожежників); аварійне спорядження, призначене для використання при низьких температурах, вплив яких можна порівняти з впливом повітря з температурою до мінус 50°C (рукавиці для захисту від знижених температур); ЗІЗ від ураження електричним струмом (діелектричні рукавиці). За технологією виготовлення захисні рукавиці поділяються на сім видів.

Існуючі системи класифікації засобів захисту рук представлені в різних державних класифікаторах, нормативних документах, науковій та навчальній літературі і мають різні цілі: ідентифікації; державного ринкового нагляду, митного контролю продукції, що ввозиться на митну територію України, заявленої в режимі імпорту, реімпорту, або будь-кого іншого митного режиму; обробки статистичної інформації галузей виробництва продукції та торгівлі товарами; стандартизації; наукових досліджень; навчання тощо.

Нами була здійснена класифікація рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання за національними класифікаторами. Відповідно до положень чинного законодавства, національні класифікатори прирівнюються до національних стандартів України, які, в свою чергу, ототожнюються з державними стандартами України, що прийняті центральним органом виконавчої влади з питань стандартизації та мають бути доступними для широкого кола користувачів. Таким чином, державні класифікатори одночасно є національними класифікаторами [2].

На першому етапі, була проведена класифікація виробів засобів захисту рук за Державним класифікатором продукції та послуг (далі – ДКПП). ДКПП – це систематизоване зведення назв угруповань продукції та послуг, кодування яких побудовано на ієрархічній системі класифікації [3]. Об'єкт класифікації в ДКПП – продукція та послуги, які є результатом економічної діяльності.

Структури кодового позначення рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання за рівнями в ДКПП наступна:

- секції – С «Продукти переробної промисловості»;
- розділ – 14 «Одяг»;
- група – 14.1 «Одяг, крім одягу з хутра»;
- клас – 14.19 «Одяг, інший та аксесуари»;
- категорія – 14.19.1 «Одяг, дитячий, спортивні костюми та інший одяг, аксесуари та деталі одягу, трикотажні»;
- підкатегорія – 14.19.13 «Рукавички, рукавиці та мітенки, трикотажні»;

- тип – 14.19.13-00.00 «Рукавички, рукавиці та мітенки, трикотажні».

Далі була вивчена класифікація індивідуального споживання за цілями (далі – КІСЦ), яка є складовою системи національних статистичних класифікацій [3]. КІСЦ призначена для застосування в обстеженні умов життя домогосподарств, розрахунку індексу споживчих цін, розрахунку кінцевих споживчих витрат інституційного сектору домашніх господарств згідно з методологією системи національних рахунків (СНР), зокрема, міжнародних зіставлень валового внутрішнього продукту (ВВП) за категоріями витрат.

Структури кодового позначення рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання за рівнями в КІСЦ наступна:

- розділ – 03 «Одяг і взуття»;
- група – 03.1 «Одяг»;
- клас – 03.1.3 «Інші предмети одягу та аксесуари»;
- категорія – 03.1.3.1 «Інші предмети одягу та аксесуари».

Далі була вивчена класифікація рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання за номенклатурою продукції промисловості (далі по тексту – НПП), яка призначена для використання як єдина інформаційна мова при зборі, обробці, поширенні статистичної інформації щодо продукції та для її міжнародного співставлення і по своїй суті є статистичною [5]. Структури кодового позначення рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання за рівнями в НПП наступна:

- секції – С «Продукти переробної промисловості»;
- розділ – 14 «Одяг»;
- клас – 14.19 «Одяг інший і аксесуари»;
- підкатегорія – 14.19.13 «Рукавички, рукавиці та мітенки, трикотажні машинного або ручного в'язання»;
- підтип – 14.19.13.00 «Рукавички, рукавиці, мітенки трикотажні машинного або ручного в'язання».

Статистична класифікація продукції (СКП), що установлює основи для розроблення та поширення статистичної інформації за видами продукції (товарів або послуг) [6]. Об'єктами класифікації в СКП є продукція (товари та послуги), яка є результатом усіх видів економічної діяльності, описаних у КВЕД-2010. Структури кодового позначення рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання за рівнями в СКП наступна:

- секції – С «Продукти переробної промисловості»;
- розділ – 14 «Одяг»;
- група – 14.1 «Одяг, крім одягу з хутра»
- клас – 14.19 «Одяг інший і аксесуари»;
- категорія – 14.19.1 «Одяг для немовлят, костюми спортивні та одяг інший, аксесуари та частини одягу, трикотажні машинного або ручного в'язання»;
- підкатегорія – 14.19.13 «Рукавички, рукавиці та мітенки, трикотажні машинного або ручного в'язання».

Розглянуті класифікатори (КІСЦ, СКП, НПП, ДКПП) вказали на місце рукавичок трикотажних для захисту від механічних впливів, стирання у множинні об'єктів, що дозволяє легко групувати, кодувати та аналізувати інформацію про них.

Список використаної літератури

1. Технічний регламент засобів індивідуального захисту: затверджений постановою Кабінету Міністрів України 27 серпня 2008 р. № 761 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/151-2018>.
2. Національні (державні) статистичні класифікації (класифікатори) / Державна Служба Статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/work/klass200n.htm>.
3. Державний класифікатор продукції та послуг: ДК 016:2010: прийнято та надано чинності наказом Держспоживстандарт України № 457 від 11.10.2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/326-93-%D0%BF>.
4. Класифікація індивідуального споживання за цілями / Державна Служба Статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_kisc_2016.htm
5. Номенклатура продукції промисловості / Державна Служба Статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_npp_2016.htm
6. Статистична класифікація продукції / Державна Служба Статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_skp_2016.htm.

Пілявський В.І.,

к. е. н., докторант

Міжнародний університет бізнесу і права

м. Херсон, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні в науці розглядається дві концепції: соціальний потенціал (Н.В. Коленда [1], Л.М. Черчик [6], Є.Н. Скляр, І.О. Зверкович [7], О.О. Коваль [4], Г.Г. Савіна [5] та інші) і соціально-економічний потенціал (Л.О. Українська, Н.В. Чебанова [2], Н.Г. Коршунова [3] та інші).

Концепція соціально-економічного потенціалу підприємства поєднує дві складові: економічну і соціальну. Вона зорієнтована більше на економіку, як підґрунтя соціального розвитку на збільшення матеріального багатства, яке ще й нині багатьма людьми часто розглядається як найважливіша цінність, справді має велике значення в житті людей. Проте це значення не є вирішальним, його не можна перебільшувати й ідеалізувати з огляду на

такі причини. По-перше, багатство не є неодмінною умовою демократії, рівноправності у суспільстві, збереження й розвитку культурної спадщини. По-друге, багатство саме собою не гарантує правопорядку та соціальної злагоди. По-третє, людські потреби не зводяться до матеріального збагачення: тривале і здорове життя, причетність до культури і науки, творча і суспільна активність, збереження довкілля та життя у гармонії з природою для багатьох людей були і залишаються або стають значимими цінностями, причому нерідко важливішими, ніж нарощення багатства.

Економічне процвітання в майбутньому не завжди гарантує і залежить від рівня доходу, досягнутого в країні (як і в родині) на теперішній час. Якщо ми говоримо про вкладення отриманого доходу у розвиток соціального потенціалу, то маємо на увазі процес інвестування і економічні показники в майбутньому будуть значно кращими, ніж за рахунок додаткових отримань. У концепції соціального потенціалу нами визначається така особливість, як положення, згідно з яким людям не потрібен нескінченно високий дохід, але він має бути таким щоб забезпечити гідний рівень життя. Вищий дохід у цілому сприяє розширенню вибору людини, але цей вплив зменшується мірою збільшення доходу. Можна сказати, що діє принцип спадної корисності доходу для соціального потенціалу. Між економічним зростанням та людським розвитком діють оптимізаційні зв'язки, які у подальшому мають сприятливо впливати на соціальний потенціал і соціальну сферу загалом: по-перше, нарощення інвестицій в освіту, охорону здоров'я, професійну підготовку, що сприяє реалізації здібностей персоналу, його активній участі у виробництві та розподілі благ; по-друге, справедливіший розподіл доходу та багатства, що забезпечує матеріальну основу розвитку соціального потенціалу менш конкурентоспроможних груп населення; по-третє, досягнення ретельної збалансованості соціальних витрат, що дуже зміцнює економічну базу соціальної сфери суспільства; по-четверте, розширення можливостей людей здійснювати свій вибір у політичній, соціальній і економічній сферах, причому особливої уваги потребують ті групи населення, чії можливості були з різних причин обмеженими (наприклад, жінки та випускники закладів вищої освіти).

Концепція розвитку соціального потенціалу підприємства на перше місце виводить принцип, який орієнтує не на підвищення плинності складу працівників, а забезпечення випереджувальних заходів з недопущення безробіття, втрати здоров'я, тощо шляхом стимулювання професійного, кваліфікаційного розвитку і забезпечення здорового стану персоналу, підвищення його ролі в управлінні, але водночас і посилення відповідальності за прийняття рішення та його виконання.

Як зазначають окремі науковці «зростання в потенціалі підприємства частки інтелектуальної складової супроводжується усвідомленням значущості людини як головної дійової особи у виробництві, визнанням

людини найціннішим ресурсом суспільства, значно важливішим за природне або накопичене багатство» [2].

В сучасному контексті розвитку соціального потенціалу паралельно розглядається й соціальний капітал. Тому з однаковими ознаками та характеристиками ці концепції соціального потенціалу та соціального капіталу далеко не тотожні. Центральним елементом концепції соціального капіталу є соціальний потенціал, який за своїм змістом є значно ширшим поняттям, ніж соціальний капітал. У концепції соціального капіталу інвестиції в людину розглядаються передусім як засіб збільшення продуктивності праці й доходу, і саме цим визначається їхня економічна ефективність. Метою концепції соціального потенціалу є високо розвинута, освічена, інтелектуально розвинута, благополучна людина, а забезпечення добробуту цієї людини є кінцеве і єдине завдання розвитку, соціальний потенціал розглядається не як засіб досягнення добробуту людей, а як обов'язковий компонент їхнього добробуту.

Сучасні пріоритети соціального потенціалу підприємств, як відкритих соціально-економічних систем мають протидіяти нестримній погоні за доходами і споживанням, сприяти поміркованому ставленню до навколишнього середовища, природи збереження та відновлення довкілля.

З погляду розвитку соціального потенціалу має здійснюватись постійне розширення можливостей працівників підприємства для задоволення не лише фізичних, а й духовних потреб на робочих місцях в структурі трудового колективу. Здібності і можливості робітників розглядаються як кінцева мета суспільного прогресу безвідносно до впливу їх на виробництво, доходи.

В концепції розвитку соціального потенціалу важливим також є принцип соціального розвитку, який визначається як процес зростання людських можливостей, що забезпечується політичною свободою, правами людини, суспільною повагою до особистості.

В щорічних доповідях експертів. Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) соціальний розвиток розглядається як мета і критерій суспільного прогресу. При цьому соціальний розвиток може розглядатися і як чинник зростання продуктивності праці та національного доходу, проте це зростання має сенс лише у тому разі, коли воно справді впливає на розширення можливостей людей.

Розширення пропозиції товарів і послуг у результаті зростання їх виробництва може сприяти розширенню можливостей персоналу підприємства але за логікою концепції соціального потенціалу це може і не трапитися. В усякому разі, це сприяння відбувається не прямо і неоднозначно, тож не може бути самоціллю. Більше того, як показує практика, зростання виробництва та доходів сприяє розвитку соціального потенціалу дедалі повільніше, тобто здатність матеріального збагачення розширювати можливості людей дає дедалі меншу віддачу. Витрати на

соціальну сферу, соціальне забезпечення населення, інші аспекти розвитку людей дають економічну віддачу, яка нерідко перевищує віддачу від інвестицій у фізичний капітал, тому ці види також слід визначити інвестиціями.

Отже, концепція соціального потенціалу ґрунтується на його інфраструктурних, мотиваційних, освітніх чинниках, професійній підготовці, медичному обслуговуванні, культурному розвитку працівників. Вона має бути інструментом в досягненні місії та стратегічних цілей сталого розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Коленда Н. Сутність та види соціального потенціалу підприємства / Н. Коленда // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – № 1. – С. 29-34.
2. Українська Л.О. Соціально-економічний потенціал підприємства: особливості визначення і чинники впливу / Л.О. Українська, Н.В. Чебанова // Вісник УБС НБУ. – 2012. – № 1 (13). – с. 71-75.
3. Коршунова Н. Г. Управление социально-экономическим потенциалом машиностроительного предприятия [Электронный ресурс]: автореф. дис. на соискание наук. ступеня канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Н.Г. Коршунова – Екатеринбург, 2000. – 24с. – Режим доступа: <http://www.dicercat.com/content/upravlenie-sotsialnoekonomicheskim-potentialom-mashinostroitel'nogo-predpriyatia>.
4. Коваль А.А. Концепция управления социальным потенциалом предприятия / А.А. Коваль // ВІСНИК КНУТД. – 2012. – №3. – С.164-168.
5. Савіна Г.Г. Класифікація елементів соціального потенціалу підприємства / Г.Г. Савіна, В.С. Старінська // Экономика Крыма. – №4(37). – 2011. – С.185-190.
6. Черчик Л.М. Соціальний потенціал підприємства: поняття та складові / Л.М. Черчик, Н.В. Коленда // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2015. – № 1. – С. 39-45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/естеби_2015_1_7.
7. Скляр Е.Н., Зверкович И.О. Управление социальным потенциалом российских промышленных предприятий и оценка уровня его развития / Проблемы современной экономики, N 1 (25), 2008.

Полозова Т.В.

*д.е.н., завідувач кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою*

*Харківський національний університет радіоелектроніки
м. Харків, Україна*

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В УКРАЇНІ

Сучасні тенденції розвитку підприємств промисловості характеризуються уповільненими темпами та низьким рівнем їх інноваційно-інвестиційної активності, що підтверджується незадовільною динамікою таких основних показників, як: індекси промислової продукції; кількість підприємств за напрямками інноваційної діяльності; частка інноваційно активних підприємств; структура інноваційних витрат підприємств; обсяги фінансування інноваційної діяльності підприємств; структура фінансування інноваційної діяльності підприємств; кількість придбаних і переданих нових технологій підприємствами; обсяги прямих іноземних інвестицій; обсяги капітальних інвестицій; структура капітальних інвестицій за сферами економічної діяльності; структура капітальних інвестицій за джерелами фінансування; обсяги експорту та імпорту продукції машинобудування; кількість впроваджених нових технологічних процесів на підприємствах машинобудування та інші. Передумовою виявлених тенденцій зазначених показників є вплив макроекономічних факторів на формування інноваційно-інвестиційного середовища в Україні.

Метою даного дослідження є систематизація факторів впливу на інноваційно-інвестиційне середовище в Україні.

Під інноваційно-інвестиційним середовищем В. Мартиненко пропонує розуміти таке «середовище, у якому забезпечується функціональна оптимізація діяльності наукових установ та господарських суб'єктів, спрямованої на створення, накопичення, поширення та широке використання науково-технічних знань та досягнення єдиних цілей – розширеного відтворення в економіці» [1, с. 407]. Ю. Сус виокремлює в інноваційно-інвестиційному середовищі ядро, основу якого складають два основних елемента (інновації та інвестиції), а також сферу управління, сферу трудових відносин, інформаційну сферу та інституціональну сферу [2]. Збалансування усіх структурних елементів інноваційно-інвестиційного середовища має забезпечувати ефективний механізм їх взаємодії.

Наукові дослідження в області систематизації факторів зовнішнього впливу в процесі формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку національної економіки належать таким вченим, як: В. Г. Бодров [3], Т. А. Васильєва [4], А. В. Косенко [5], А. С. Тельнов [6], Т. В. Шталь [7] та іншим. Узагальнюючи підходи науковців, у даному дослідженні запропоновано систему факторів макроекономічного впливу, які утворюють структурно-

елементний зміст інноваційно-інвестиційного середовища, що наведено на рис. 1.



Рис. 1. Макроекономічні фактори впливу на інноваційно-інвестиційне середовище

Джерело: розроблено автором.

Більш ретельний розгляд кожної з груп факторів дозволить виявити часткові індикатори та відповідні кількісні і якісні показники, що характеризують інноваційно-інвестиційне макросередовище (табл. 1).

Таблиця 1

Система показників, що характеризують інноваційно-інвестиційне макросередовище

Група показників	Показник (характеристика)
1. Інституційні	- суб'єкти інституційного забезпечення; - нормативно-правова база
2. Демографічні	- чисельність населення; - загальний приріст населення (скорочення); - природний приріст населення (скорочення); - міграційний приріст населення (скорочення); - структура населення за статтю і віком
3. Соціально-економічні	- рівень зайнятості та безробіття; - оплата праці (середня номінальна та реальна заробітна плата, заборгованість по заробітній платі, розподіл працівників за розмірами заробітної плати)
4. Фінансово-економічні	- доходи і витрати населення; - валовий внутрішній продукт (ВВП);

	- фінансові результати діяльності великих та середніх підприємств; - обсяги нефінансових послуг; - оборот роздрібної торгівлі; - капітальні інвестиції; - рівень інфляції (індекси споживчих цін, індекси цін виробників промислової продукції)
5. Зовнішньо-економічні	- інвестиції зовнішньоекономічної діяльності (прямі іноземні інвестиції); - зовнішня торгівля товарами та послугами (обсяги експорту та імпорту); - зовнішньоторговельний баланс; - стан зовнішньоекономічних відносин з країнами ЄС (обсяги експорту та імпорту)
6. Науково-технічні	- обсяги наукових досліджень і розробок (НДР); - частка витрат на виконання НДР у ВВП; - кількість працівників, задіяних у виконанні НДР; - структура витрат на виконання НДР за джерелами фінансування
7. Інформаційно-комунікаційні	- частка підприємств, що використовують інформаційно-комунікаційні технології (комп'ютери та доступ до мережі Інтернет)
8. Політичні	- дані соціологічних досліджень; - стабільність уряду; - ступінь громадського незадоволення діями влади; - міра впливу опозиційних структур
9. Організаційно-управлінські	- механізм здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності; - формування та реалізація державної інноваційно-інвестиційної політики; - інноваційно-інвестиційна стратегія розвитку національної економіки

Джерело: розроблено автором.

Підтримка інноваційного розвитку з боку держави має бути спрямована на сприяння здійсненню наукових досліджень та розробок; створення ефективної системи трансферу технологій з метою їх комерціалізації та налагодження промислового виробництва інноваційної продукції; здійснення організаційної та фінансової підтримки інноваційних підприємств; створення ефективної системи контролю за інноваційною діяльністю та коригування інноваційної політики [8].

Проведені аналітичні дослідження дозволяють зробити висновок, що в процесі реалізації державних програм у сфері інноваційної діяльності у промисловості основною проблемою є гостра недостатність державного фінансування та недосконалість ефективних механізмів залучення інвестиційних коштів.

Таким чином, використання запропонованої системи показників дозволяє здійснити комплексний аналіз впливу окремих факторів на інноваційно-інвестиційне середовище в Україні. Результатом такого аналізу може бути виявлення негативних тенденцій та реалізація стратегічних рішень, спрямованих на усунення макроекономічних диспропорцій.

Список використаних джерел

1. Мартиненко В. Методологічні засади формування національної інвестиційно-інноваційної системи. Ефективність державного управління (Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України). 2008. Вип. 14/15. С. 406-412.
2. Сус Ю. Структуризація інвестиційно-інноваційного середовища аграрних підприємств. *Економічний аналіз*. 2012. Випуск 11. Частина 3. С. 71-74.
3. Бодров В.Г., Гусев В. О., Мартиненко В. Ф. Інноваційно-інвестиційна модель сталого розвитку національної економіки: навч.-метод. Матеріали. Київ: НАДУ, 2009. 60 с.
4. Васильєва Т.А. Інноваційна складова в структурі макроекономічних індикаторів економічного розвитку: монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. 118 с.
5. Косенко А.В. Інноваційно-інвестиційна складова формування конкурентоспроможності національної економіки. *Актуальні проблеми державного управління*. 2010. № 1. С. 358-365.
6. Тельнов А.С., Попель С. А. Інноваційна діяльність : аналіз чинників впливу на макро-, мезо-, мікроекономічних рівнях. *Інноваційна економіка*. 2012. № 10. С. 6-13.
7. Шталь Т.В., Дядін А.С. Вдосконалення розвитку конкурентоспроможності економіки на інноваційно-інвестиційній основі. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 1/5 (21). С. 85-89.
8. Шевченко А.В. Інституційні засади формування інноваційної моделі розвитку у промисловості України. Аналітична записка URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1300/>

Полятикіна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Бур'ян Н.Ю.

бакалавр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЗАГАЛЬНОВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ ЗА ДОПОМОГОЮ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ

Формування загальновиробничих витрат виробництва, а також їх облік мають досить важливе значення для підприємницької діяльності організацій. Належним чином надана підприємством інформація про витрати впливає на визначення фінансових результатів діяльності підприємства та на прийняття управлінських рішень.

Методологічні засади обліку, перелік витрат, які включаються до загальновиробничих, визначені в П(С)БО 16 «Витрати». Загальновиробничі

витрати поділяються на постійні й змінні. Постійними є витрати на обслуговування та управління виробництвом, які не змінюються при зміні обсягу діяльності. Змінні загальновиробничі витрати залежать від обсягу діяльності, змінюються прямо пропорційно до зміни обсягу діяльності. [1]

Облік загальновиробничих витрат виробництва згідно з інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій ведеться на рахунку 91 «Загальновиробничі витрати».[2]

Перелік та склад всіх постійних та змінних загальновиробничих витрат встановлюються підприємством і зазначаються в наказі про облікову політику. Підприємствам потрібно обирати ту базу розподілу, що найбільш точно відображає зв'язок між загальновиробничими витратами та обсягом готової продукції. На думку Сук Л.К. загальновиробничі витрати - це непрямі витрати, пов'язані з організацією виробництва і керівництвом цехами, бригадами, відділеннями та іншими структурними підрозділами підприємств. [3]

Для більш точного і правильного розподілу загальновиробничих витрат процес їх обліку доцільно покращити за допомогою комп'ютерних програм. [4]

Комп'ютер дозволяє якнайкраще використовувати кваліфікацію спеціаліста й спрощувати повсякденну роботу. Велика кількість помилок в обліку при паперовій технології виникає при переносі даних з одного облікового реєстру до іншого. Застосування автоматизованого обліку допомагає звільнитися від цих помилок, бо як правило, при автоматизованому обліку ведеться тільки один обліковий реєстр, а інші формуються автоматично, і немає можливості помилитись при переносі даних між реєстрами обліку.

Найбільш ефективною програмою для ведення автоматизованого бухгалтерського обліку на підприємстві є програма 1С „Підприємство” версія 8.2. "1С:Підприємство"- це універсальна комп'ютерна система,що призначена для автоматизації діяльності підприємства і використовується на різних об'єктах господарювання для автоматизації функцій оперативного управління та господарського обліку.

Отже, використання комп'ютерних програм для ведення обліку відіграє значну роль в діяльності підприємства. Від оперативності, точності і якості обробки фінансово-господарської інформації залежить кінцевий результат діяльності підприємства, що визначає отримання прибутку за результатами діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік и фінансову звітність: Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV — визначаються загальні принципи ведення бухгалтерського обліку // Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. — [Режим доступу]: [http:// zakon.rada.gov.ua/](http://zakon.rada.gov.ua/).
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку

активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій від 30.11.99 р. №291 // Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. – [Режим доступу]: [http:// zakon.rada.gov.ua/](http://zakon.rada.gov.ua/).

3. Сук Л.К. Організація бухгалтерського обліку : підручник / Л.К. Сук— К.: Каравела, 2009. — 624 с.

4. Шквір В.Д. Інформаційні системи і технології в обліку: Навч. посіб. // Шквір В.Д., Загородній А.Г., Височан О.С. - Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2013. - 268 с.

Полятикіна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Жиленко С.Г.

магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

СУЧАСНИЙ ВПЛИВ ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ОРГАНІЗАЦІЮ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Світовий досвід показує, що країни, як правило, експортують ту продукцію, для якої у них є надлишок факторів виробництва і яка має найменшу відносну вартість, а імпортують, навпаки, товари, що потребують дефіцитних факторів і підвищення витрат на їх виготовлення. Тому основна увага у практичній роботі з підвищення конкурентоспроможності повинна приділятися забезпеченості факторами виробництва, які можуть використовуватися для розвитку галузі і створення конкурентних переваг. Окремі фактори по-різному впливають на створення конкурентних переваг, до того ж вони можуть відрізнятися за характером дії та джерелами відтворення, що також треба враховувати.

Разом з тим, світовий досвід свідчить, що наявність факторів виробництва є важливою, але недостатньою умовою успішної конкуренції. Для цього ще потрібні певний попит на продукцію, зокрема, вимогливі споживачі, конкурентоспроможні постачальники і суміжники, сумлінне ведення конкуренції, відповідна стратегія підприємств щодо їх розвитку і підвищення конкурентоспроможності. На жаль, практична відсутність конкуренції на внутрішньому ринку, його незначна місткість і патологічна невибагливість українських споживачів не дозволяють створити належні умови для зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції. Підприємства не можуть виробляти конкурентоспроможну продукцію для зовнішніх ринків, якщо вона низької якості на внутрішньому. Інакше кажучи, конкуренція на зовнішньому ринку є її продовженням на внутрішньому.

З метою стимулювання виробництва та підтримки товаровиробників, суттєвого зниження негативних наслідків сезонних і кон'юктурних коливань є регулювання цін на вироблену продукцію.

Суть інтенсивних технологій полягає в тому, що виробництво продукції здійснюється на основі новітніх досягнень науково-технічного прогресу при створенні умов для виробництва відповідно до фаз їх росту на основі комплексу факторів в оптимальній пропорції протягом всього вегетаційного періоду з метою забезпечення рівня програмованого урожаю.

Інтенсифікація в виробництві зумовила складну екологічну обстановку в Україні. Екологічна ситуація у нас визнана вкрай напруженою, а деякі райони перебувають на грані екологічної кризи.

Таке становище склалося внаслідок прорахунків у розміщенні та розвитку виробничих сил, вкрай низького рівня розроблених наукою технологій та відсутності в них проти затратного механізму, що призводить до невиправданих витрат ресурсів і енергії, забруднення навколишнього середовища. У наші часи, коли ресурси в сільськогосподарському виробництві значно обмежені, життєво необхідною є потреба у створенні методів і процедур автоматизованого проектування ресурсозберігаючих технологій. Проте засоби, що використовуються для розв'язання цієї проблеми, на мій погляд, не цілком слушні. У практиці наукових досліджень переважають ситуації, коли аспекти мінімізації використання ресурсів вивчаються в польових дослідках на прикладі кожного окремо взятого агрозаходу, у кращому разі — технологічного процесу. Спроби звести одержані в різних дослідках ресурсозберігаючі елементи технологій в єдину систему виняткові, та й за своєю суттю некоректні, бо механічне об'єднання таких елементів може і сформує відносно економну технологію, але не дасть змоги досягти найвищої в конкретних умовах продуктивності культури. До того ж, у цьому разі виключається можливість оперативного втручання в технологічний процес у разі зміни ситуації. Першопричиною, є здебільшого емпіричний підхід до розв'язання проблеми утворення оптимальної технології.

Список використаних джерел

1. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України 12.10.2010 № 1202.
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору, затверджені наказом Міністерства фінансів України 23.01.2015 № 11.

Полятикіна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Лугова Л.С.

магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

Питання обліку розрахунків з оплати праці займає особливе місце в роботі бухгалтерії кожного підприємства. Важливе значення має чітка організація обліково-аналітичної роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною і трудомісткою. Оскільки для підприємства оплата праці є елементом витрат, для працівника – трудовим доходом, а для держави – об'єктом оподаткування. Для кожної із сторін значення оплати праці оцінюється по-різному, але повільність нарахування та утримання зачіпає інтереси всіх.

Забезпечуючи виконання зазначених завдань, бухгалтерський облік оплати праці має великий вплив на трудову дисципліну. Правильний облік мобілізує працівників на виконання робіт і пошук резервів підвищення ефективності виробництва. Облік розрахунків з оплати праці повинен бути організованим таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці, зміцненню трудової дисципліни, підвищенню якості виробництва продукції, виконання робіт і послуг.

Особливе місце в системі оплати праці займає мінімальна заробітна плата, що являє собою законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може провадитися оплата за виконану працівниками місячну, погодинну норму праці (обсяг робіт). [1]

Розвиток сільського господарства, забезпечуючи ріст обсягу виробництва продукції, повинен супроводжуватися підвищенням прибутку. Однією із складових елементів отримання високого прибутку є правильна організація бухгалтерського обліку на підприємстві. Бухгалтерський облік забезпечує отримання і опрацювання потрібної інформації на підставі безперервного документального відображення фактів господарської діяльності підприємства і є функцією управління.

Формування регуляторної політики у сільському господарстві України є складовою реформування державної системи управління загалом і регуляторної політики зокрема. Тому воно має базуватися на таких загальних принципах, як доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість і врахування громадської думки. В Україні існує достатня законодавча база для регуляторної діяльності загалом. Однак потрібні значні напрацювання для її адаптації до принципів СОТ та ЄС. Потрібні адміністративні та організаційні заходи, що уможливили б ефективне

застосування регуляторної політики через залучення до співпраці державних органів влади та приватного бізнесу і громадськості. На жаль, задекларовані у чинному законодавстві принципи та методики здійснення регуляторної діяльності на практиці не виконуються. Тому громадськість, зокрема підприємці, не задоволена нинішньою системою регулювання економікою та вимагає її вдосконалення.[2]

Питання управління діяльністю підприємств на основі інформаційної бази яка формується на підприємстві є актуальними на сьогоднішній день. Саме за допомогою контролінгу здійснюється кількісна та якісна оцінка роботи підприємства. Дослідженню контролінгу присвячено роботи українських вчених Л.О. Сударевої, С.М. Петренко, зарубіжних вчених О.М. Карминського, М.І. Олесва, С.Г. Фалько, Н.Г. Данілочкіної, де розглядається теорія контролінгу, механізми реалізації функції системи контролінгу, інструментальні його аспекти. Згідно історичної довідки термін «контролінг» прийнято в Німеччині, звідки він і прийшов до України. Контролінг спрямований на управління майбутнім для забезпечення успішного функціонування суб`акта господарювання.

Протягом останніх років в Україні зроблені певні кроки з реформування регуляторної політики. Однак поряд з позитивними моментами є суперечливі питання. Зокрема окремі положення суперечать таким принципам регуляторної діяльності, як передбачуваність, прозорість, відкритість для фізичних і юридичних осіб, їх об'єднань на всіх етапах їх регуляторної діяльності, та інших.[3]

Підприємству для вдосконалення обліку пропонується перейти на більш кращу програму «1С: Бухгалтерія 8.0.». У порівнянні з вже використовуваною програмою «1С:Бухгалтерія 7.7.» в програмі «1С: Бухгалтерія 8.0.» розрахунок оплати праці формується на підставі кадрових документів. У програму включена підсистема «Кадровий облік». За допомогою меню «Кадри» система дозволяє вести облік руху кадрів по кожній організації (оформляти накази на роботу, переміщення працівників, звільнення з організації), формувати особові картки працівників, різноманітні звіти по заробітній платі та статистичну звітність. Кадрові документи дозволяють внести у програму всю первинну інформацію про працівника необхідну для розрахунку оплати праці (розмір заробітної плати, внески та утримання із заробітної плати працівника, спосіб відображення у бухгалтерському обліку). Також система дозволяє розрахувати індексацію заробітку працівників, формувати за потребою відрахування та утримання, а також коригувати їх. При виплаті оплати праці є можливість автоматичного формування платіжних доручень для перерахування у бюджет податків по заробітній платі, а при виплаті авансів - розраховувати суми , які підлягають нарахуванню. Технологічна платформа являє собою різні механізми, які використовуються для автоматизації економічної діяльності і не залежать від конкретного законодавства і методології обліку.

Аналітичний та синтетичний облік розрахунків з оплати праці доцільно вести автоматизовано і відповідно до чинного законодавства, в цьому випадку фінансова та статистична звітність складається своєчасно. Однак постійні зміни в діючому законодавстві призводять до помилок при нарахуванні оплати праці, відпусток, лікарняних та відрахувань тому необхідно приділити увагу підписці періодичних видань з обліку, таких як: «Все про бухгалтерський облік»; «Дебет – Кредит»; «Баланс» тощо.

Україна має негативний досвід регулювання аграрних ринків, коли втручання держави в систему ціноутворення та рух продукції між регіонами і за межі України завдавали значної шкоди суб'єктам ринку, і найперше — виробникам сільськогосподарської продукції. [4]

Проведені дослідження показали, що контролінг в діяльності підприємств доцільно застосовувати за такими основними напрямками: управління витратами підприємств; визначення собівартості фінансових послуг; створення центрів відповідальності; складання бюджетів фінансових операцій та здійснення контролю за їх виконанням; здійснення стратегічного планування діяльності підприємств.

Підприємству для ведення успішної господарської діяльності необхідно застосовувати стимулюючі заходи, які будуть заохочувати працівників до проявлення ініціативи та підвищення продуктивності праці.

Господарська діяльність підприємства в умовах ринкової економіки має бути ефективною, для цього, необхідне швидке прийняття рішень, яке можливе при володінні достатнім обсягом інформації. Для ефективного обміну та використання інформації на підприємстві мають створюватись інформаційні системи. Кожна з систем містить початково-вбудовані сервісні механізми, які використовуються при виконанні облікових операцій.

Список використаних джерел

1. Сук П. Л. Особливості обліку оплати праці в аграрних формуваннях / Л.П. Сук // Вісник ЖДТУ : Економічні науки. – 2010. - №4 (54).
2. Рожелюк В.М. Шляхи вдосконалення організації обліку з використанням сучасних інформаційних систем / В.М. Рожелюк // Облік і фінанси АПК. – 2010. - №3. – с. 88-91.
3. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» Закон України від 16.07.1999 N 996-XIV// Відомості Верховної Ради// (зі змінами і доповненнями); [Електронний ресурс]/ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
4. Чечуліна О. Результати аудиту – джерело для складання достовірної звітності// Баланс бюджет.-2015.-№ 10 (526).-с. 24-26.

Полятикіна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Отрох Т.В.

магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

ОБЛІК НЕФІНАНСОВИХ АКТИВІВ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Нефінансові активи є основною складовою майна суб'єктів державного сектору, в зв'язку з чим набувають стратегічного значення методологічні аспекти та управлінські рішення щодо порядку їх визнання, оцінки, відображення в обліку та звітності, ефективності та раціональності використання.

Відповідно до ст. 56 Бюджетного кодексу України бюджетні установи ведуть бухгалтерський облік згідно з національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та іншими нормативно-правовими актами в цій сфері в порядку, встановленому Міністерством фінансів України.[1]

Бухгалтерський облік основних засобів у бюджетних установах є системою контролю за наявністю та рухом основних засобів, будується на загальноприйнятих у міжнародній практиці принципах, виконує управлінську, контрольну і інформаційну функції, але має певні особливості і розглядається, як окремий вид діяльності. Також, бухгалтерський облік основних засобів у бюджетних установах забезпечує систематичний контроль за надходженням, внутрішнім обігом та вибуттям основних засобів, їх збереженням, сприяє поліпшенню фінансово-господарської діяльності та розвитку соціальної сфери установ.

Основні засоби – матеріальні активи, які утримуються для використання їх у виробництві/діяльності або при постачанні товарів, виконанні робіт і надання послуг для досягнення поставленої мети та/або задоволення потреб суб'єкта державного сектору або здавання в оренду іншим особам і використовуються, за очікуванням, більше одного року (згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 "Основні засоби") [2]

Установи бюджетного сектору, подібно до інших суб'єктів господарювання, володіють характерними особливостями – їх діяльність відбувається у наступних сферах: надання послуг соціально-культурного, наукового та іншого характеру. Найважливішою передумовою високоякісного, безперервного та своєчасного надання цих послуг є забезпеченість бюджетних установ засобами праці, які становлять окремий об'єкт бухгалтерського обліку, встановлених суб'єктів господарювання – так звані “необоротні активи”. Необоротні активи – це сукупність матеріально-

речових і нематеріальних цінностей і об'єктів, які належать установі, основні засоби є складовою необоротних активів.

Проте в плані рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, затвердженому наказом Мінфіну від 31.12.2013 № 1203, що вступив в дію 01.01.2016, з'явилося поняття «нефінансові активи» та відповідно розділ № 1 «Нефінансові активи», а поняття «необоротні активи» зникло, а відповідно і розділ № 1 «Необоротні активи». [3]

Відповідно до нормативно-законодавчої бази до розділу № 1 плані рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, затвердженому наказом Мінфіну від 31.12.2013 № 1203 «Нефінансові активи» відносяться такі синтетичні рахунки: Основні засоби; Інші необоротні матеріальні активи; Нематеріальні активи; Капітальні інвестиції; Знос (амортизація) необоротних активів; Виробничі запаси; Запаси; Біологічні активи; Інші нефінансові активи.

Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 "Основні засоби", основні засоби – це матеріальні активи, які утримуються для використання їх у виробництві, діяльності або при постачанні товарів, виконанні робіт і надання послуг для досягнення поставленої мети та задоволення потреб суб'єкта державного сектору, або здавання в оренду іншим особам і використовуються, за очікуванням, більше одного року. З метою організації бухгалтерського обліку у бюджетних установах основні засоби класифікуються за групами: основні засоби та інші необоротні матеріальні активи, які в свою чергу теж поділяються на групи.

Бухгалтерський облік представляє собою основу організації виробництва. Важливо вірно оцінити значення повної та достовірної інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства при вирішенні поточних та перспективних господарських проблем. Документація відіграє дуже важливу роль в управлінні господарською діяльністю, забезпечує контроль за збереженням майна, раціональним його використанням. Вона має юридичне значення як письмовий доказ здійснення господарських операцій. Використовують документацію для аналізу господарської діяльності, фінансового контролю, аудиту й документальних ревізій. На нашу думку, це буде сприяти прозорості в відображенні діяльності особливо основних засобів.

Список використаних джерел

1. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України 12.10.2010 № 1202.
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору, затверджені наказом Міністерства фінансів України 23.01.2015 № 11.

Полятикіна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку

Ушакова А.П.

магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ ПО ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

Дієві програми розвитку села починаються з розвитку здатності сільського населення вирішувати свої власні проблеми. Проблеми села торкаються всіх секторів економіки, органів управління та установ, а відтак потребують горизонтальної зміни політики. Система підтримки розвитку села дає його мешканцям та місцевим органам самоврядування можливість користуватися новітньою інформацією, координувати свої зусилля та отримувати технічну допомогу. Потім вони самі приймають рішення щодо того, як поєднати ці ресурси зі своїми власними з метою отримання бажаних результатів.

Бухгалтерський облік представляє собою мову бізнесу. Якщо бізнес здійснюється у рамках окремо взятого підприємства, то дані бухгалтерського обліку використовується для потреб внутрішнього менеджменту в процесі прийняття управлінських рішень. Тому неможливо переоцінити значення повної та достовірної інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства при вирішенні поточних та перспективних господарських проблем. Документація відіграє дуже важливу роль в управлінні підприємницькою діяльністю, забезпечує контроль за збереженням майна, раціональним його використанням. Вона має юридичне значення як письмовий доказ здійснення господарських операцій. Використовують документацію для аналізу господарської діяльності, фінансового контролю, аудиту й документальних ревізій. На нашу думку, це буде сприяти прозорості в відображенні діяльності підприємств малого бізнесу.[1]

Варто відзначити, що розвиткові теорії та практики контролю розрахунків за виплатами працівникам, забезпеченню їх інформаційної бази сприяли праці таких відомих вітчизняних вчених як: О.Д. Василика, М.І. Горбатка, З.В. Гуцайлюка, О.М. Загородної, К.В. Ізмайлової, М.Я. Коробова, М.В. Кужельного, Л.А. Лахтіонової, В.О. Мец, Є.В. Мниха, В.М. Опаріна, В.І. Самборського, І.Д. Фаріона, М.Г. Чумаченка, С.І. Шкарабана та інших. Серед зарубіжних авторів згадане питання розглядалося у наукових працях І.Т. Балабанова, В.В. Бочарова, М.Н. Крейніної, Є.В. Негашева, Р.С. Сайфуліна, А.Д. Шеремета та інших. Незважаючи на значні здобутки у дослідженні вказаних проблем, ряд питань щодо методики аналізу та аудиту розрахунків за виплатами працівникам підприємств вимагає подальших досліджень та наукових розробок.

Проаналізовані дослідження показали, що на даний час відсутня єдина чітка методика аудиту розрахунків за виплатами працівникам підприємства із встановленим набором аналітичних показників.

В умовах не стабільності економіки значну частку серед підприємств малого бізнесу займають фізичні особи як підприємці. На нашу думку, необхідно більше уваги приділяти питанням документального оформлення та бухгалтерського відображення діяльності підприємств малого бізнесу.

Для забезпечення суцільного та безперервного спостереження за господарськими операціями розрахунків за виплатами працівникам використовують бухгалтерські документи, де фіксуються факти здійснення господарських операцій. Питання, пов'язані з оформленням облікових документів, регулюються ст. 9 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16 липня 1999-ХІV. [2]

Одним із перспективних напрямів створення конкурентно-ринкового середовища є розвиток малого бізнесу. Мале підприємництво на протязі останніх десятиріч не випадково привертає до себе прискіпливу увагу. І це не є примхою часу чи випадком. Мале підприємництво є багатограним соціально-економічним явищем, в якому кожен з учасників, тобто безпосередньо підприємець або підприємство, має можливість знайти своє місце, а зовнішні учасники також отримують позитивні результати: держава - податки, збільшення ВВП та число робочих місць в реальній економіці, зменшення соціальної напруги, місцева влада - податки і голоси на виборах, економічні партнери - гнучких та динамічних партнерів з низькими накладними видатками. [3]

Сьогодні юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності застосовують загальну (звичайну) систему оподаткування, яка передбачає сплату податку на прибуток, та дві альтернативні спрощені системи.

Звичайно, усі законодавчі та нормативні акти, на які ми будемо посилалися, містять чимало нюансів. Щоб нею правильно скористатись треба ретельно вивчати податкові закони і підзаконні нормативні акти особливо обліку розрахунків за виплатами працівникам.

При здійсненні всіх вище запропонованих заходів діяльність підприємств буде більш ефективною та буде досягнута основна мета створення підприємства – одержання прибутку. Недосконалість існуючих теоретико-методологічних та організаційних підходів до створення системи обліку і аудиту розрахунків за виплатами працівникам призводить до втрати підприємствами економічної вигоди та порушень податкового законодавства, зростання неконтрольованого фінансового обороту та корупції.[4]

Таким чином, ми пропонуємо при веденні бухгалтерського обліку на підприємстві приділяти достатньо уваги обліку розрахунків за виплатами працівникам.

Список використаних джерел

- 1 «Про оплату праці» Закон України від 24.03.1995 №108/95-В; [Електронний ресурс]/ <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95>.
- 2 «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» Закон України від 16.07.1999 N 996-XIV// Відомості Верховної Ради// (зі змінами і доповненнями); [Електронний ресурс]/ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
- 3 Писарчук О.В., Жулій С.В. Послідовність формування облікової політики бюджетної установи / [текст] О.В. Писарчук, С.В. Жулій // Вісник СумДУ. Серія Економіка. - №3. – 2011. – С. 151-156.
- 4 Чечуліна О. Результати аудиту – джерело для складання достовірної звітності// Баланс бюджет.-2015.-№ 10 (526).-с. 24-26.

Помаз Ю. В.

к.і.н., доцент кафедри економіки підприємства

Горопашний В. В.

ЗВО спеціальності 051 Економіка СВО Магістр

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

Значний і високоякісний фонд земельних ресурсів, яким володіє Україна, останніми роками зменшує свою віддачу, втрачаючи свої якісні природні властивості. Практика господарювання підприємств в умовах ринкових відносин доводить, що не стільки важливо мати певний ресурс, як ефективно його використовувати. У сучасних умовах однією з головних цілей земельної політики є підвищення ефективності використання земельних ресурсів, тому створення надійного економічного механізму сприятиме забезпеченню раціонального використання земельних ресурсів.

Механізм економічного регулювання земельних відносин характеризується системою заходів економічного впливу, що спрямовані на реалізацію земельної політики держави, забезпечення прав землевласників і землекористувачів, встановлення соціально справедливих платежів за землю, економічне стимулювання раціонального та ефективного землекористування, введення економічних санкцій за нераціональне використання й погіршення екологічного стану земельних ділянок, самозахоплення та розбазарювання [1, с. 42].

Вирішення проблеми ефективного землекористування в Україні має базуватися на організації екологічно збалансованого землекористування з метою створення умов для припинення негативних процесів антропогенної діяльності, підвищення стійкості територій, а також відтворення і підвищення родючості ґрунтів. Ефективне управління земельними ресурсами, окрім

забезпечення пріоритету екологічної безпеки, має включати такі економічні інструменти, як: ринкова вартість землі, рента земельних ділянок, оподаткування землі на основі її ринкової вартості.

Структура еколого-економічного механізму землекористування є сукупністю функціональних підсистем, що сприяють досягненню узгодження економічних, екологічних і соціальних інтересів різних суб'єктів господарювання. Еколого-економічний механізм землекористування як одна з підсистем механізму раціонального землекористування повинен забезпечити використання землі відповідно до її економічної цінності й одночасно стати суттєвим фактором охорони земель від деградації. Раціональне землекористування, що базується на економічній оцінці земельних ресурсів, сприяє збільшенню надходжень до бюджету від виплати податку і орендної плати за користування землею [2, с. 1, 2].

Усі важелі впливу на землекористувачів і власників землі в Україні можна поділити на стимулюючі й караючі. До стимулюючих економічних важелів у досліджуваній сфері віднесені:

- надання податкових і кредитних пільг громадянам та юридичним особам, які здійснюють за власні кошти заходи, передбачені загальнодержавними та регіональними програмами використання і охорони земель;
- виділення коштів державного або місцевого бюджету громадянам та юридичним особам для відновлення попереднього стану земель, порушених не з їх вини;
- звільнення від плати за земельні ділянки, що перебувають на стадії сільськогосподарського освоєння або поліпшення їх стану згідно з державними та регіональними програмами;
- компенсація з бюджетних коштів зниження доходу власників землі та землекористувачів внаслідок тимчасової консервації деградованих та малопродуктивних земель, що стали такими не з їх вини;
- вдосконалення цінової політики щодо продажу екологічно чистої продукції [3].

Примусові важелі впливу передбачають: платність землекористування; додаткове оподаткування використання екологонебезпечних засобів і заходів, збори за забруднення навколишнього середовища, у тому числі погіршення якості ґрунтів, штрафні санкції за порушення принципів екологозрівноваженого землекористування, викуп права на забруднення (екологічна ліцензія) та екологічне страхування. До караючих економічних важелів віднесені цивільна, адміністративна або кримінальна відповідальність громадян та юридичних осіб, які порушили земельне законодавство [4, с. 250].

Ефективність економічного механізму землекористування залежить від збалансованого поєднання регуляторів примусово-обмежувального характеру з регуляторами стимулюючого і компенсаційного характеру, які забезпечують

сприятливі умови для землезбереження, упровадження екологічно безпечних технологій і методів діяльності.

У складі економічних інструментів ефективного управління земельними відносинами пріоритетною є оцінка земельних ресурсів. Утім, вона базується на нормативній грошовій оцінці земель, а повинна базуватися на ринковій вартості земельних ділянок.

Для ефективності функціонування механізму економічного стимулювання раціонального використання та охорони земель доцільно:

- диференціювати податок на землю залежно від ступеня екологічності господарської діяльності, зокрема впровадження біологічного та органічного землеробства;

- збільшити розмір штрафу за порушення земельного законодавства у сфері використання та охорони земель до розмірів, що спонукають землекористувача задуматися над вибором – платити штраф або вкласти кошти в землеохоронні заходи;

- диференціювати податки, збори та штрафи залежно від рівня фактичного недотримання стандартів і норм у галузі використання і охорони земель [4, с. 253].

Основним напрямом удосконалення економічного механізму стимулювання раціонального землекористування та охорони земель в Україні має бути модернізація наявних регуляторів, здійснювана одночасно з розробкою і впровадженням у практику нових ринкових інструментів.

Основними економічними підходами щодо регулювання земельних відносин мають бути:

- пріоритетність екологічних критеріїв і показників над економічними в земельних відносинах;

- переважання довгострокових соціально-економічних програм та підходів над короткотерміновими потребами;

- комплексність у розв'язанні екологічних проблем і завдань щодо рекультивації порушених земель;

- інвестування у відновлення родючості сільськогосподарських земель;

- інтеграція й взаємоузгодження природоресурсної та матеріально-технічної складових загального ресурсно-виробничого потенціалу аграрного сектору;

- системність у розв'язанні екологічних проблем агропромислового комплексу;

- платність за використання сільськогосподарських угідь, включаючи штрафні санкції за їхнє забруднення [1, с. 43].

У організаційно-економічному механізмі раціонального використання земельних ресурсів важливе місце посідають методи, що включають у себе податкові та кредитні пільги для землекористувачів та землевласників, які займаються органічним землеробством. Держава повинна стимулювати суб'єктів господарювання до раціонального використання земельних ресурсів

та їх охорони за рахунок компенсації затрат на поліпшення якості ґрунтів, зниження ставок земельного податку, звільнення від плати землекористувачів, які здійснюють заходи по охороні земель за власний рахунок, надання цільових субсидій, безкоштовної передачі техніки, добрив та інших матеріальних цінностей.

Підсумовуючи вищевказане, зазначимо, що ефективне вирішення проблеми поліпшення використання земель сільськогосподарського призначення на нинішньому етапі неможливе без виваженої і послідовної державної політики у цій сфері. Практичне застосування гнучкої системи вищевказаних методів впливу дозволить призупинити деградаційні процеси, сприятиме покращенню якісного стану земель, підвищенню ефективності їх використання й забезпечить збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції.

Список використаних джерел

1. Ступень М., Рогач С., Рій І. Механізм економічного регулювання земельних відносин. Економіст. № 2. Лютий, 2015. С. 42-43. URL: <http://ua-ekonomist.com/archive/2015/2/Stupen.pdf>
2. Новаковська І. О. Еколого-економічний механізм функціонування землекористування. URL: <http://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/22752/1/>
3. Земельний кодекс України: закон України від 25.10.2001 р. № 2768, в ред. від 04.08.2016 р. Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>.
4. Костишин О. О., Стойко Н. Є. Економічний механізм регулювання землекористування в Україні. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.16. С. 248–254. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/ekonomichniy-mehanizm-regulyuvannya-zemlekoristuvannya-v-ukrayini.pdf>

Помаз Ю. В., к.і.н., доцент кафедри економіки підприємства

Помаз О. М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава, Україна

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Забезпечення міжнародної конкурентоспроможності країни залишається важливою проблемою на сучасному етапі розвитку світової економіки, оскільки значною мірою впливає на національну безпеку й, у цілому, характеризує положення країни в світі. Адаптація до нових викликів з боку світової економіки наразі є найважливішим завданням для економіки України в контексті євроінтеграційного спрямування.

Національна конкурентоспроможність є складною, відкритою, нелінійною системою життєдіяльності суспільства, здатної до ендегенної еволюції на принципах самоорганізації, орієнтованої на фінансову стабільність, економічне зростання, формування нової соціоекономічної цілісності економіки і держави, влади і соціуму, що дає об'єктивні критерії для обґрунтування міжнародної конкурентоспроможності та формування механізмів вдосконалення її рівня з урахуванням зовнішніх факторів [1, с. 7].

Міжнародна конкурентоспроможність країни є одним із найважливіших показників її стійкого економічного зростання [2, с. 27]. Міжнародна конкурентоспроможність економіки включає здатність національних суб'єктів господарювання виробляти товари чи надавати послуги, які спроможні проникати на зовнішні ринки й захоплювати їх частки; здатність окремих галузей та секторів національної економіки реалізовувати свою продукцію на зовнішніх і міжнародних ринках, ефективно конкурувати з аналогічними галузями та секторами інших країн; конкурентостійкість національної економіки до актуальних викликів із боку світової економічної системи та її трансформацій; здійснення зовнішньоекономічної діяльності та політики з урахуванням національних інтересів держави [1, с. 6].

На стан міжнародної конкурентоспроможності України впливають наступні чинники: розвиток споживчих ринків, нові торговельні зв'язки, зміцнення економічних переваг, необхідність створення сильних інституцій, конкуренція за інновації, поступове зменшення сировинних супердоходів, нереалізований економічний потенціал, створення стимулів для підвищення ефективності розвитку економіки, удосконалення соціальних інститутів. При цьому одним із найсуттєвіших чинників впливу на конкурентоспроможність економіки України є її інноваційно-технологічна складова [1, с. 13].

У сучасних умовах із усіх факторів впливу зовнішнього середовища на розвиток системи міжнародної конкурентоспроможності економіки України найбільшою мірою впливає її зовнішнє конкурентне середовище. При цьому зовнішнє середовище містить як можливості (реформи, розвиток малого бізнесу, реструктуризація економіки, покращення інфраструктури, підвищення якості послуг, розвиток споживчого ринку), так і загрози (еміграція освіченої частки населення, мілітаризація суспільства, збільшення держборгу, технологічні та екологічні проблеми).

До сильних сторін, що визначають передумови зростання конкурентоспроможності України можна віднести вигідне географічне положення, значні запаси природних ресурсів, високий інтелектуальний потенціал, гнучкий та ефективний ринок праці, значний потенціал переробної промисловості, висока місткість внутрішнього ринку, активна співпраця з міжнародними економічними організаціями. До слабких сторін, що перешкоджають зростанню конкурентоспроможності, варто віднести кризові явища в економіці, високий рівень корупції, низький рівень довіри населення владі, відсутність державної системи стандартизації продукції, низький рівень

розвитку високотехнологічного виробництва, постійно зростаючий зовнішній борг та несприятливий інвестиційний клімат, низьку платоспроможність населення, застарілу систему освіти [1, с. 7, 9, 14; 2, с. 30].

За основними інтегральними показниками конкурентоспроможності українську економіку визначають як таку, що має середній рівень та варіюється в межах 70-80 місця серед інших країн світу. Наразі найбільші перешкоди для підвищення конкурентоспроможності становить низка системних проблем у економіці України, що пов'язані з доступом до інвестицій, високим податковим навантаженням, корупцією, неефективністю державного управління та податкового регулювання [1, с. 9]. Істотно знижують можливості країни посідати провідні місця на міжнародній арені нестабільність політичної ситуації, погіршення економічної ситуації, уповільнення науково-технічного прогресу, еміграція кваліфікованих кадрів, невідповідність міжнародним та європейським стандартам якості української продукції, недосконалість механізму управління конкурентним потенціалом [2, с. 27].

Міжнародна конкурентоспроможність економіки забезпечується успішністю зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів національного господарства. Загальну конкурентоспроможність країни формує зовнішня торгівля, яка впливає на структуру ринків, поведінку вітчизняних компаній. Стан зовнішньої торгівлі слід розглядати як чинник забезпечення рівня міжнародної конкурентоспроможності.

Відсутність останнім часом суттєвих змін у торговельній сфері України спричинена незначним підвищенням інтенсивності локальної конкурентоспроможності, негативним впливом національної системи оподаткування на інвестиційну привабливість, відсутністю змін у питаннях спрощення ведення бізнесу [2, с. 29].

Україна має середній за рівнем розвитку торговельний потенціал в Європі, підвищити який може шляхом проведення реформ щодо спрощення процедур доступу на зовнішні та внутрішні ринки, створення якісної інфраструктури та поширення інформаційно-комунікаційних технологій. Експортна політика України має бути спрямована на розширення асортименту товарів, збільшення в експорті частки високих технологій і товарів із високим ступенем обробки, освоєння нових ринків товарів, технологій, капіталів і послуг [1, с. 10, 11, 12].

Підвищення рівня конкурентоспроможності економіки України можливе у разі проведення результативних змін за двома напрямками: удосконалення якості інституцій державної влади з метою поліпшення умов внутрішнього середовища й нарощування існуючих та створення перспективних конкурентних переваг зовнішньої торгівлі України. Вкрай необхідними є підвищення рівня ефективності правового забезпечення міжнародної економічної діяльності України, реформування податкової, міграційної, фінансово-кредитної та зовнішньоторговельної політики.

Зокрема, до пріоритетних напрямів розвитку міжнародної конкурентоспроможності економіки України слід віднести впровадження прямих і непрямих методів державного регулювання, які стимулюють інновації та торгівлю для диверсифікації експорту та розвитку послуг, здатні підвищити конкурентоспроможність підприємств національної економіки (інформаційні та комунікаційні технології, аерокосмічна та авіаційна промисловість, машинобудування, харчова промисловість) й опосередковано забезпечити позитивний вплив на інші сектори економіки та міжнародну конкурентоспроможність України в цілому [1, с. 4].

Механізм підвищення міжнародної конкурентоспроможності України передбачає реалізацію комплексу основних його складових – інституційної, інвестиційної та економічної, які сприятимуть зміцненню позицій країни на світовому та європейському ринках та прискоренню європейської інтеграції.. Він передбачає використання чинників позитивного впливу на нарощення конкурентоспроможності: організаційно-правові та організаційно-економічні засади розвитку, власна інфраструктура функціонування, власна сировинна і товарна база; великий споживчий ринок; конкурентні позиції на певні види товарів; зовнішня торгівля, технології та інновації, відповідальні інституції для координації дій, спрямованих на впровадження необхідних реформ (децентралізація, оновлення влади, розвиток підприємств, податкову, енергонезалежності, сільського господарства, фінансового сектору, закупівель, освіти), власна багаторівнева система підготовки кадрів [1, с. 5, 18].

Підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України сприятиме ефективному функціонуванню торговельної системи, стійкому зростанню життєвого рівня населення країни й сталому економічному розвитку.

Список використаних джерел

1. Марченко І. С. Міжнародна конкурентоспроможність України в європейському конкурентному просторі: автореф. дис. канд. екон. наук. Харків, 2018. 23 с. URL: <http://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/de8956427ba47a546b4a09f70af1d3a6.pdf>
2. Бестужева С. В. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності України в умовах нестабільності економічного розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 16. 2017. С. 27-32. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/7.pdf>

Пономарьова М.С.

*канд.екон.наук, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і організації
виробництва*

Лавдир В.Є.,

здобувач бакалаврського рівня

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

м. Харків, Україна

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ ТОРГІВЛІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

У сучасних умовах більшість ринків характеризуються присутністю конкуренції. Звідси і виникає необхідність постійно досліджувати значення і визначення конкуренції як сили, що керує розвитком суспільства [1, С. 95].

В умовах сьогодення процес просування товарів і послуг на ринок дещо ускладнився. На таку ситуацію вплинуло багато факторів, зокрема політичні, економічні, соціальні. Більш близьке до нашого часу визначення мерчендайзингу можна побачити в довіднику з маркетингу Вільяма Уеллса. На його думку, мерчендайзинг – це комплекс заходів в торговому залі, що направлені на просування того або іншого товару, марки, виду пакування. Результатом цього процесу завжди є стимулювання бажання споживачів вибрати та купити товар [2].

Мерчендайзинг передбачає досконале вивчення і знання властивостей і можливостей точки продажу. І не знаючи того, хто застосовує його - виробник чи роздрібний торговець - він спрямований на споживача і має бути реалізований за умов спільної роботи двох партнерів - виробника, що створює і представляє власні продукти (торговельні марки), та продавця, який досконало вивчає локальний ринок, покупців і місце продажу того ж товару[1].

Необхідність мерчендайзингу була доведена після того, як з'ясувалося, що 2/3 усіх рішень про купівлю споживачі приймають стоячи безпосередньо перед вітриною. Навіть якщо купівля певного асортименту товару заплановано заздалегідь, 7 з 10 покупців ухвалюють рішення про вибір тієї чи іншої торговельної марки у торговельній залі[3].

Основне правило мерчендайзингу - товар в магазині повинен продавати себе сам. У сучасному розумінні мерчендайзинг - це прикладна наука, що поєднує в собі знання про методи торгівлі та реклами, логістики, психології та соціології, принципах дизайну і композиції. Це комплекс "маркетингу в стінах магазину", що містить програми стимулювання збуту, маркетингові комунікації, управління поведінкою покупців в торговому залі.

Можемо виділити ряд завдань мерчендайзингу в роздрібній торгівлі: щодо товару:

- адаптація асортименту товарів до потреб покупців, методи представлення, викладання та розміщення товарів у торговельному залі магазину.
 - вірогідна гарантія якості товарів, що пропонуються для продажу споживачам
 - урізноманітнення дизайну пакування товару з метою збільшення обсягів продажу
- щодо ціни:
- запровадження гнучкої цінової політики та умов закупівель для магазинів
 - покращення виробником логістичного сервісу для магазинів
- щодо місця:
- створення індивідуальної та комфортної атмосфери магазину, використання комбінації новітніх засобів архітектури, дизайну та сенсорної стимуляції.
 - удосконалення планування магазину, розміщення відділів і різних груп товарів для створення максимальної привабливості місця продажу для покупця.
 - ефективна система навігації у торговельному залі, для більш чіткої орієнтації у торговому залі.
- щодо просування товару:
- удосконалення видів і засобу застосування реклами й інформації у місці продажу.
 - підготовка та розміщення рекламних матеріалів, що містять інформацію про товар безпосередньо в місці, де споживач здійснює вибір і перед купівельну оцінку варіантів.
 - консультування щодо властивостей, переваг та недоліків товарів відповідно до специфіки обслуговування в місці продажу.
 - діяльність щодо популяризації конкретних товарів у магазині й участь у формуванні попиту.

На сучасному етапі конкуренція ведеться насамперед між гігантськими об'єднаннями, всередині них, а також між підприємствами монополістичного сектора економіки та різних форм власності. Її особливістю є те, що центр боротьби все більше переміщується зі сфери обігу у сферу виробництва, з галузевого на міжгалузевий, з національного на інтернаціональний рівень [1]. Для досягнення максимальної економічної ефективності сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах агромаркетингу слід делегувати функції ціноутворення, формування товарної політики, управління каналами реалізації продукції, ведення оптової та роздрібної торгівлі, реклами, проведення ринкових досліджень [4]. Товарне виробництво, а в наш час ринкова економіка є матеріалізацією товарно-

грошових відносин, що виступають суспільною формою розвитку продуктивних сил [5].

На сьогодні розвиток мерчендайзингу в Україні стримується через низку причин. Одними з яких є:

- не розуміння більшою частиною підприємців важливості використання методів впливу на бажання покупців в умовах конкуренції (іншими словами - підприємці вважають мерчендайзинг малоефективним);
- відсутність висококваліфікованих фахівців у сфері мерчендайзингу;
- нестача вільних коштів, які б можливо було спрямовуватися на оформлення торговельного залу;
- відсутність на ринку України компаній, які займаються виготовленням Р.О.S. матеріалів (point of sale materials - це матеріали, що сприяють просуванню бренду або товару на місцях продажів.

Розв'язання таких проблем можливе на основі таких дій:

- вивчення досвіду успішних компаній;
- розробка таких програм мерчендайзингу, які б поєднали зусилля виробника, посередника та продавця з урахуванням інтересів кожного з них;
- своєчасного оновлення рекламних матеріалів;
- впровадження комплексної програми мерчендайзингу, що включає розробку інструментів мерчендайзингу та його використання в компанії;
- контролю за постійною наявністю відповідних товарів на полицях магазину;
- урахування сезонності при оновленні Р.О.S. матеріалів.

Отже, для того, щоб розробити максимально дієву та ефективну програму мерчендайзингу в торговій залі необхідно, насамперед, знайти висококваліфікованого фахівця, якому властиві такі риси, як творчість, ерудиція, нестандартне мислення, відповідальність та розуміння торгівлі. Іноді таких фахівців навіть відправляють у Європу на різноманітні курси кваліфікації та з покращення мистецтва продажу. Також, доцільно використовувати міжнародний досвід у цій сфері та свої власні нововведення. Відповідно до вищеписаних заходів найбільш-ефективним може бути контроль за постійною наявністю товарів на полицях, адже не варто допускати плутанини у розміщенні товарів та Р.О.S. матеріалів, щоб покупець міг вільно орієнтуватись в магазині та в товарах загалом. А щодо другого правила ефективного мерчендайзингу, то він повинен бути результатом спільних зусиль товаровиробника, дистриб'ютора й продавця. Ефект від мерчендайзингу може бути здійснений тільки у тому випадку, якщо він врахує інтереси всіх трьох учасників, і, при цьому, поставить в основу потреби та бажання споживача.

Список використаних джерел:

1. Рябуха М.С. Конкуренція як категорія ринкових відносин та конкурентоспроможність як предмет наукових досліджень / М.С. Рябуха, А.Є. Цицоріна // Вісник ХНАУ. Серія: економіка АПК і природокористування. – Харків: ХНАУ 6(2007): 96-100.
1. Старицький Т. Мерчендайзинг як інструмент отримання додаткового прибутку / Т. Старицький, О. Старицька // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 2. – С. 34 – 38.
2. Уеллс У., Поверне Дж., Моріарті С. Реклама: принципи і практика. - СПб.: Пітер, 2002. - 736 с.
3. Ильченко Н. Мерчендайзинг – маркетинг торгового підприємства // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 2. – С. 26 – 30.
4. Рябуха І.С. Маркетингова стратегія в системі удосконалення маркетингової діяльності / І.С. Рябуха // Теоретико- методологічні засади ефективного розвитку аграр. вир-ва: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 квіт. 2014 р.: у 2 ч. Ч. 1 / ХНАУ. – Х., 2014. – С. 81–83.
5. Пономарьова М. С. Інструменти маркетингу в умовах зростання конкурентних переваг агробізнесу / М. С. Пономарьова, Н. О. Єфремова, О. П. Нагорнюк // Вісник ХНАУ. Серія Економічні науки. № 1. 2018. - С. 247-256

Поси́лаєва К. І.

к.е.н., доцент, професор кафедри статистики і економічного аналізу

Поси́лаєв В. В.

к.е.н., доцент кафедри статистики і економічного аналізу

Харківський національний аграрний університет імені В. В. Докучаєва

м. Харків, Україна

АНАЛІТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Формування фінансової стійкості підприємства в обов'язковому порядку повинно відбуватися при неодмінних якісних змінах в управлінні шляхом активної, зорієнтованої на майбутнє стратегії, побудованої на зв'язку між намаганням забезпечити прибутковість і додержати стабільності фінансових процесів.

При аналізі фінансової стійкості на підприємстві найпоширенішим методом є коефіцієнтний, при якому розраховуються відносні показники, які дозволяють оцінити взаємозв'язок між певними складовими, а також їх динаміку. Але нормативні значення цих коефіцієнтів залежать від багатьох факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Тому визначити оптимальне значення певного коефіцієнта для окремого підприємства досить складно. Одним із недоліків застосування коефіцієнтного методу аналізу фінансової стійкості є складність визначення кінцевих висновків, оскільки загальний результат за різними групами коефіцієнтів може бути іншими може

спостерігатися зворотна ситуація. Цей коефіцієнт посилює суб'єктивність аналітика та може схилити його до висновку, що певний параметр є основним або, навпаки, не брати його до уваги. Тому для оцінки фінансового стану підприємства доцільно застосувати універсальний підхід з урахуванням індивідуальних особливостей діяльності сільськогосподарських товариств. Даний підхід має ґрунтуватися на об'єктивних закономірностях функціонування й розвитку, враховувати вплив різноманітних факторів і специфіку діяльності підприємства.

Аналізуючи досягнення сучасної економічної науки слід виділити, на нашу думку, 3 групи методів оцінки схильності підприємств до банкрутства:

1. Методи, що ґрунтуються на рейтингові оцінці переважно якісних ознак та параметрів діяльності компаній (метод А-рахунку Аргенті, метод Скоуна тощо);
2. Методи, що ґрунтуються на рейтингові оцінці фінансових коефіцієнтів;
3. Методи, що базуються на лінійному дискримінантному аналізі й побудові регресійних моделей (моделі Альтмана, Дж. Блісса, Дж. Фулмера).

Як бачимо, для визначення рівня фінансової стійкості підприємств розроблено велику кількість методик, більшість з яких при цьому базуються на інтегральній оцінці фінансового стану. Найбільш поширеними методами визначення фінансової стійкості підприємств на сьогодні є методи другої групи. Застосування зазначених методів базується на розрахунку фінансових коефіцієнтів, порівнянні їх значень з граничними межами та призначенні кожному коефіцієнту певної кількості балів. Отримана сума балів є основою для віднесення підприємства до певного класу у відповідності з ризиком банкрутства. Розглянемо детальніше різні підходи до рейтингової оцінки фінансової стійкості підприємств.

Найбільш адекватно, на думку О. Р. Квасовського та Г. Й. Островської [1], стан українських підприємств описує метод оцінювання У. Бівера. Значення його системи показників дають змогу визначити межу задовільного фінансового стану підприємства і його схильності до неплатоспроможності. Основна ідея цього методу полягає в дослідженні трендів таких діагностичних показників, як: рентабельність активів, фінансовий леверидж, коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом.

Досліджуючи методику Казанського державного університету, ми встановили, що вона ґрунтується на виявленні незадовільної структури балансу неплатоспроможних підприємств. Зазначена методика передбачає обчислення інтегрального показника на підставі трьох коефіцієнтів: поточної ліквідності; коефіцієнту забезпеченості власними оборотними коштами та коефіцієнту відновлення (втрата) платоспроможності [2].

Процес оцінювання фінансової стійкості за методикою консалтингової компанії «ІНЕК» передбачає визначення ризику банкрутства підприємства на підставі принципу рейтингової оцінки п'яти коефіцієнтів: рентабельності власного капіталу; коефіцієнта автономії; коефіцієнта покриття необоротних

активів власним капіталом; тривалості обороту кредиторської заборгованості [3].

Натомість рейтингова оцінка фінансового стану підприємства за методикою Л. В. Донцової та Н. А. Нікіфорової базується на застосуванні шести показників: коефіцієнті абсолютної ліквідності; коефіцієнті швидкої ліквідності; коефіцієнті поточної ліквідності; коефіцієнті автономії; коефіцієнті забезпеченості власним оборотним капіталом; коефіцієнті забезпеченості запасів власними коштами. При цьому автори розподіляють всі підприємства на шість класів за ризиком банкрутства [4].

Методика рейтингової оцінки відносних показників В. Вірченка [5], в основу якої покладено розробки А. Н. Сапова і В. Г. Маслова, базується на використанні вже 16-ти коефіцієнтів. За цим методом кожному коефіцієнту в залежності від зони, до якої він входить, присвоюється певний бал. Бали за основними коефіцієнтами підсумовуються і, на основі цього, підприємству призначається відповідна зона (клас) стійкості. Виділяють чотири зони (класи): ризику; небезпеки; стабільності; добробуту.

Наші дослідження показали [6], що різноманітні методичні підходи до визначення фінансової стійкості підприємств на практиці застосовують не тільки для аналізу кредитоспроможності та інвестиційної привабливості, але й під час прогнозування можливих ризиків, кризових явищ і банкрутства. При цьому, як ми бачимо, за кожним з напрямків використовуються свої коефіцієнти, для яких встановлюється нормативне значення та вагомість. Після цього здійснюється формування узагальнюючих показників, з яких складається інтегральний показник рівня фінансової стійкості підприємства.

Дослідивши різні методи, ми дійшли висновку, що найбільш зрозумілою і максимально придатною до реалій українських підприємств є методика запропонована С. І. Крючком [7], суть якої полягає в оцінюванні фінансової стійкості підприємства за допомогою інтегрального показника, розрахованого за формулою:

$$I = (\beta_1 \times \text{РП} + \beta_2 \times \text{ФН}) : (\beta_1 + \beta_2),$$

де I - фінансова стійкість; РП - рівень платоспроможності; ФН - рівень фінансової незалежності; β_1 , β_2 - коефіцієнти вагомості відповідних узагальнюючих показників (рівень вагомості визначається шляхом експертних оцінок фахівців, при чому $\beta_1 + \beta_2 = 1$).

Якщо фактичне значення будь-якого з показників перевищує нормативне, то потрібно розрахувати фактичний і нормативний інтегральні показники. При цьому результат їх порівняння і характеризує фінансову стійкість підприємства:

а) якщо фактичний інтегральний показник більший або дорівнює одиниці, а нормативний дорівнює одиниці, фінансова стійкість товариства перебуває у нормальному стані;

б) якщо фактичний інтегральний показник більший або дорівнює одиниці, а нормативний менший за одиницю, фінансова стійкість не може вважатися

бездоганною, бо вона має проблеми з виконанням окремих нормативів. У цьому разі слід проаналізувати кожний з узагальнюючих показників, а також окремі коефіцієнти, які їх формують;

в) якщо і фактичний і нормативний інтегральні показники не перевищують одиниці, фінансова стійкість перебуває у незадовільному стані.

Дослідження різних методик щодо визначення, оцінки і шляхів забезпечення фінансової стійкості вітчизняних підприємств свідчить про об'єктивну необхідність подальшої розробки і удосконалення методичного базису її дослідження.

Список використаних джерел:

1. Островська Г. Аналіз практики використання зарубіжних методик (моделей) прогнозування ймовірності банкрутства підприємств / Г. Островська, О. Квасовський // Галицький економічний вісник. - 2011. - № 2(31). - С. 99-111.
2. Посилаєва К. І. Оптимізація структури капіталу як складова фінансової стратегії підприємства / К. І. Посилаєва // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». – 2009. - № 5. - С. 75-81.
3. Самойлов Л. Метод оценки финансового положения заемщика при формировании резервов на возможные потери по ссудам [текст] / Л. Самойлов, А. Чистяков // Банки и технологии. - 2005. - № 2. - С. 21-29.
4. Анализ финансовой отчетности: учебник / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. - 368 с.
5. Вірченко В. Теоретично-економічні засади рейтингової оцінки схильності підприємства до банкрутства / В. Вірченко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - 2011. - № 128. - С. 31-35.
6. Посилаєва К. І. Організація управління підприємницьким ризиком / К. І. Посилаєва, В. В. Посилаєв // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. - 2012. - № 2(18), Т. 2. - С. 319-325.
7. Крючок С. І. Оцінка фінансового стану підприємств / С. І. Крючок // Фінанси України. - 2002. - № 8. - С. 40-47.

Потапюк І.П.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

СТРУКТУРА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Формування у підприємстві дієвої системи економічної безпеки і організація її успішного функціонування повинні спиратися на методологічні основи наукової теорії безпеки та включати певні заходи, що здійснюється

поетапно в певній послідовності або одночасно. Їх сукупність утворює механізм управління економічною безпекою підприємства.

Найбільш повним та оптимальним варіантом визначення поняття «механізм забезпечення економічної безпеки» вважається розгляд його з урахуваннями галузевих особливостей підприємства, як сукупності управлінських, економічних, організаційних, правових, мотиваційних шляхів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, за допомогою чого забезпечується одержання необхідного обсягу прибутку для перебування в стані економічної безпеки [1].

Найбільш значимим структурним елементом механізму управління економічною безпекою підприємства є системне забезпечення реалізації управління економічною безпекою підприємства, куди входить нормативно-правове, інформаційне, організаційне, методичне та ресурсне забезпечення.

Об'єктами управління економічною безпекою підприємства, які виступають одним із елементів досліджуваного механізму є: різні види діяльності підприємства; майно і ресурси підприємства; персонал підприємства, акціонери, різні структурні підрозділи, служби і т.д.

Відповідно, суб'єкти управління економічною безпекою підприємства, це ті особи, підрозділи, служби, які безпосередньо займаються забезпеченням безпеки.

Основними функціями управління економічною безпекою підприємства є планування (розробка стратегічного плану щодо забезпечення економічної безпеки підприємства), організація (використання економічних інструментів з метою цілеспрямованого впливу на об'єкт), мотивація (стимулювання досягнення поставлених цілей), контроль і регулювання (порівняння реального функціонування зі встановленою метою та оцінка результатів порівняння і розробці коригуючих заходів, які необхідні для усунення усіх недоліків, відхилень, збоїв, виявлених у процесі контролю).

Як правило, для будь-якого підприємства, незалежно від його розміру або сфери діяльності, завжди існують загрози розвитку, які надходять ззовні або виникають усередині підприємства. Саме система економічної безпеки захищає підприємство від зовнішніх та внутрішніх загроз, надійно зберігає та ефективно використовує її матеріальний і фінансовий потенціал [4].

Загрозами економічній безпеці підприємства виступають потенційні або реальні події, пов'язані як з об'єктивними природними або техногенними факторами, так і з діями фізичних або юридичних осіб, що порушують стан захищеності суб'єкта підприємницької діяльності і можуть призвести до припинення його діяльності або до економічних та інших втрат [2].

Недоліки, які виявляються в управлінні економічною безпекою підприємства зумовлюють необхідність уточнення принципів економічної безпеки підприємства, дотримання яких має забезпечити ефективну організацію процесу його управління загалом. Тому управління економічною безпекою підприємства сконцентоване на певних принципах (загальних та

специфічних), тобто основних, вихідних теоретичних положеннях і правилах ринкової діяльності [4].

До загальних принципів управління економічною безпекою підприємства варто віднести принципи: обґрунтованості, своєчасності, координації, системності і комплексності, гнучкості та адаптації, законності, економічної доцільності, цілеспрямованості, порівнянності.

Специфічні принципи управління економічною безпекою підприємства визначені наступним чином: диференціації, варіантності, спеціалізації, достатності, безперервності, економії ресурсів, повної підконтрольності, конвергентності, прийнятного ризику, компетентності, прогресивності та результативності.

Основними завданнями управління економічною безпекою будь-якого господарюючого суб'єкту є:

- захист законних прав та інтересів підприємства і його співробітників;
- збір, аналіз, обробка даних і прогнозування розвитку діяльності;
- дослідження партнерів, клієнтів, конкурентів, претендентів на роботу;
- своєчасне виявлення можливих загроз підприємству і його співробітникам з боку зовнішнього середовища;
- недопущення проникнення у підприємство структур економічної розвідки конкурентів, організованої злочинності і окремих осіб з протиправними намірами;
- протидія технічному проникненню в злочинних цілях;
- захист співробітників підприємства від насильницьких посягань;
- забезпечення збереження матеріальних цінностей і відомостей, що становлять комерційну таємницю підприємства;
- отримання необхідної інформації для розробки найбільш оптимальних управлінських рішень;
- формування серед населення та ділових партнерів позитивного іміджу підприємства, що сприяє реалізації планів економічної діяльності та досягнення поставлених цілей;
- фізична і технічна охорона будівель, споруд, території і транспортних засобів підприємства;
- контроль за ефективністю функціонування системи безпеки підприємства загалом та вдосконалення її елементів.

Звідси, основними функціональними складовими (напрямами) економічної безпеки підприємства є: фінансова складова, інтелектуальна складова, кадрова складова, технологічна складова, правова складова, інформаційна складова, екологічна складова, силова складова, ринкова складова та інтерфейсна складова.

До основних елементів механізму забезпечення економічної безпеки Ю.А. Локтіонова відносить [3]:

- виявлення реальних і прогнозування потенційних небезпек і загроз;
- знаходження способів їх запобігання, ослаблення або ліквідації

наслідків їх впливу;

- знаходження сил і засобів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства;
- організація взаємодії з правоохоронними та контролюючими органами з метою запобігання і припинення правопорушень, спрямованих проти інтересів підприємства;
- створення власної, відповідної небезпекам і загрозам, служби безпеки підприємства.

Таким чином, підсумком об'єднання і систематизації всіх вище охарактеризованих елементів системи економічної безпеки стане механізм управління економічною безпекою підприємства, який спрямований на ефективну діяльність підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Білошкурська Н.В. Економіко-організаційний механізм формування економічної безпеки підприємства: принципи побудови, функції, структура / Н.В. Білошкурська // Економіка та держава. – 2013. – № 12. – С. 24-29.
2. Кузнецов И.Н. Бизнес-безопасность / И.Н. Кузнецов. – М.: Дашков и К, 2010. – 452 с.
3. Локтионова Ю.А. Стаття «Механизм Обеспечения Экономической Безопасности Предприятия» / Социально-экономические явления и процессы / журнал, № 3 (049) // 2013. – С. 93-99.
4. Potapiuk I. Economic security system enterprises: structure and main functional directions of security / I. Potapiuk, O. Sirenko // Management of the 21st century: globalization challenges: [monograph] / in edition I.A. Markina. – Poltava: Publisher house «Simon». – 2017. – P. 619-629.

Приліпко С.О.
магістр спеціальності «Облік і оподаткування»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Науковий керівник: Ткаченко В.В.
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК КРЕДИТІВ БАНКУ

Створення дієвої системи кредиту й кредитних відносин є невід'ємною складовою ринкової трансформації економіки. В умовах обмеженості ресурсів та необмеженості потреб, значення зовнішніх ресурсів є актуальним завжди.

Кредит був і залишається важливим важелем у стимулюванні розвитку виробництва. За допомогою його використання прискорюється процес обігу капіталу на макро - і мікро – рівні, досягається вища рентабельність виробництва і прибутковість капіталу.

Кредит представляє собою позичковий капітал банку у грошовій формі та в банківських металах, що передається у тимчасове користування на умовах забезпеченості, повернення, строковості, платності та цільового характеру використання. Позика породжує кредитні відносини між партнерами.

Об'єктом кредиту є позичена вартість, яка передається в позику від одного суб'єкта до іншого. Позичена вартість може бути у формі грошей, товарів, виконаних робіт, наданих послуг.

Через попит на послугу банківського кредитування виникають питання щодо правильності та повноти бухгалтерського супроводу таких операцій.

Бухгалтерський облік має забезпечити своєчасне і правильне складання й подання банку документації, необхідної для одержання кредитів, контроль за цільовим використанням і своєчасним поверненням кредитів, інформацію про ефективність залучення кредитних коштів, яка необхідна для прийняття правильних управлінських рішень [1].

Облік довгострокових кредитів ведуть на рахунку 50 «Довгострокові позики», а короткострокових кредитів ведуть на рахунку 60 «Короткострокові позики». Принципова різниця між відображенням в обліку довгострокових і поточних зобов'язань полягає в тому, що згідно пункту 10 П(С)БО 11 «Зобов'язання», на які нараховуються відсотки, відображаються в балансі за їх теперішньою вартістю. Поточні ж зобов'язання відображаються в балансі за сумою погашень.

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень щодо обліку розрахунків за банківськими кредитами, досі залишилось невирішеним питання визначення найбільш доцільної методики обліку операцій, пов'язаних з розрахунками за банківськими кредитами.

На жаль, на сьогодні в Україні існують проблеми кредитування підприємств. Серед основних високі відсоткові ставки; проблеми законодавчого та нормативного забезпечення фінансової діяльності підприємств, зокрема, їх кредитної підтримки; відсутність гнучкої системи гарантійних фондів із використанням коштів державного, місцевого і муніципального бюджетів, а також коштів міжнародних фінансових інститутів, що дало б змогу мобілізувати активи й ресурси на центральному і регіональному рівнях з метою забезпечення кредитів для підприємств [2].

Таким чином, ведення обліку має мету забезпечити вчасне і правильне складання і подання банку документації, яка необхідна для того, щоб одержати кредит, контроль за цільовим використанням і дотриманням строків користування кредитом.

Список використаних джерел

1. Коблянська О.І. Бухгалтерський і податковий облік фінансових кредитів / О.І. Коблянська // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – №2 (17). – 2013. – С.246-251.
2. Фатенок-Ткачук А.О. Особливості фінансового обліку розрахунків за банківськими кредитами / А.О. Фатенок-Ткачук, Ю.С. Музика // Економіка і

суспільство. – Сер. «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». - Вип. №6. – 2016. - С.391-395.

Пушак В.Я.

студентка Інституту економіки і менеджменту

Завербний А.С.

к.е.н., доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності

Національний університет “Львівська політехніка”

м.Львів, Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНУ

В умовах ринкової економіки інвестиційна діяльність підприємств відіграє важливу роль, оскільки позитивно впливає на ефективність їхньої діяльності та сприяє забезпеченню високого рівня конкурентоспроможності.

Перебіг, інтенсивність та ефективність управління інвестиційними процесами багато в чому залежить від інвестиційного клімату країни, який, у свою чергу, потребує покращення правової, фінансової, соціально-економічної та суспільно-політичної складових, що дозволить залучити більший обсяг інвестиційних ресурсів і сприятиме соціально-економічному розвитку держави загалом.

Враховуючи наявність низки факторів, що стримують залучення іноземних інвестицій, серед яких: недосконалість законодавства, корупція, високий податковий тиск на капітал підприємств, різні умови господарювання вітчизняних та іноземних інвесторів, відсутність дієвої системи страхування іноземних інвестицій, невисокий рівень національного інвестиційного менеджменту та нерозвиненість вітчизняної інвестиційної інфраструктури, рівень зовнішнього інвестування в Україні залишається досить низьким.

Приплив інвестицій минулого року сильно впав порівняно з 2016 роком – на 57,5%, до 1 млрд. 871,2 млн. грн. із 4 млрд. 405,8 млн. грн. Востаннє таке падіння було зафіксоване в 2014 році, коли надходження інвестицій знизилося на 55,1% [1] (рис.1).

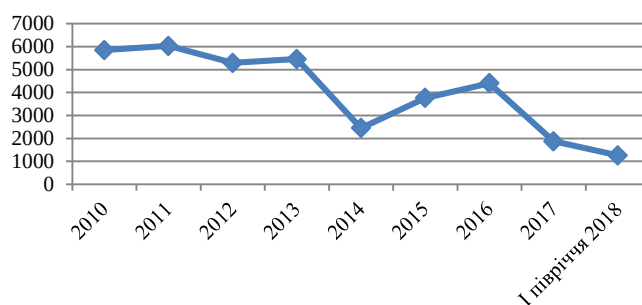


Рис.1. Надходження прямих іноземних інвестицій в Україну у 2010-2018 рр., млн. грн.

При цьому обсяг прямих інвестицій на одну особу в 2017 р. зріс на 4,3% – до 925 дол. Максимальне зростання було зафіксоване в 2011 р., тоді на одну людину припадала 1 тисяча 084,3 дол., мінімальна сума інвестицій на одну особу була в 2016 році 886 дол. [2].

Минулого року найбільше грошей в Україну вклав Кіпр. На цю країну припало 27% всіх інвестицій або 506 млн. дол. Трохи менше вклали Росія – 395,9 млн., Нідерланди – 262,5 млн., Велика Британія – 211,7 млн. дол. та Німеччина – 119,3 млн. дол. [2].

Найактивніше інвестували в сферу фінансів і страхування, промисловість, оптову та роздрібну торгівлю, ремонт автотранспорту та операції з нерухомістю [2].

До основних переваг залучення іноземного капіталу можна віднести: збільшення обсягів капітальних вкладень і скорочення строків їх нагромадження, покращення платіжного балансу, впровадження сучасних технологій та ноу-хау, збільшення рівня комплексного використання сировинних ресурсів, створення стратегічних альянсів між українськими та іноземними підприємствами, прискорення темпів структурної перебудови економіки та впровадження ринкових реформ, стимулювання розвитку експортного потенціалу, зниження рівня залежності від імпорту, використання іноземного організаційного та управлінського досвіду, покращення адаптації суб'єктів господарювання до умов конкурентного середовища, а також підвищення рівня зайнятості та кваліфікації робочої сили.

Проте, необхідно враховувати і можливі недоліки, що можуть виникнути у зв'язку із залученням іноземного капіталу в економіку України, зокрема: трансферт частини прибутків за кордон, витіснення з ринку внутрішніх виробників і постачальників, збільшення залежності країни від іноземного капіталу, жорстка експлуатація сировинних ресурсів та підвищення рівня конкуренції на ринку.

На даному етапі Україна за рік піднялася на 3 позиції та посідає 131 місце в рейтингу інвестиційної привабливості країн світу BDO International Business Compass (IBC) за 2018 рік. Окрім цього, Верховна Рада ухвалила законопроект, що спрощує залучення іноземних інвестицій. Проаналізувавши перспективи інвестування в Україну, можна стверджувати, що для залучення більшого обсягу іноземних інвестицій в Україні необхідно вирішити ряд проблем, що сповільнюють можливості для залучення інвесторів.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Скільки іноземних інвестицій надійшло в Україну у 2010-2018 pp. URL: <https://www.slovoidilo.ua>

Райтер Н.І.

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Львівський національний аграрний університет*

м.Львів, Україна

АНАЛІЗ РИНКУ ПРОДУКТОВОГО РІТЕЙЛУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Глобальні тенденції розвитку економічних відносин передбачають зміщення акцентів пріоритетності із сфери виробництва у сферу збуту. Цьому сприяли декілька криз перевиробництва, які довели, що нарощування обсягів виробництва без розвитку ринків збуту продукції не забезпечать належного економічного ефекту діяльності, а ще й можуть призвести до суттєвих економічних втрат. Як наслідок, сфера збуту продукції, особливо продуктів харчування, стала відігравати активну роль «генератора» виробничої діяльності підприємств агробізнесу, а імпульси зовнішнього та внутрішнього ринків є основою для прогнозування та планування обсягів виробництва того чи іншого виду продукції.

Провідну роль у процесі збуту продуктів харчування відіграють підприємства роздрібної торгівлі, які формують ринок продуктового ритейлу. Сам термін «ритейл» походить від англ. Retail і дослівно означає «роздрібний, роздріб» [1, с.16]. За своєю суттю ритейл – це такий тип торгівлі товарами, де покупцем є кінцевий споживач, фізична чи юридична особа, котра здійснює покупку з метою задоволення особистих потреб за рахунок використання споживчих якостей купленого товару.

Роздрібний ринок Львівської області загалом і в напрямку продуктової торгівлі має стрімкий розвиток як за кількістю торгових мереж, так і за форматами торгівлі. Так, у 2017 році індекс роздрібного товарообороту продовольчих товарів у Львівській області склав 8,5%. За темпами та обсягом роздрібного товарообороту Львівська область є серед лідерів в Україні, а саме займає 6 місце. Високий рівень розвитку роздрібної торгівлі у Львівській області підтверджує найбільша кількість магазинів роздрібної торгівлі та обсяг їх торгової площі серед областей Західного регіону. В рейтингу регіонів України за кількістю суб'єктів роздрібної торгівлі Львівська область посідає п'яте місце, поступаючись лише м.Києву, Дніпропетровській, Одеській та Харківській областям, а за торговою площею магазинів – шосте місце, поступаючись ще Київській області [2, с.95-96]

За даними Головного управління статистики у Львівській області в структурі обороту роздрібної торгівлі близько половини обсягів (51,3%) становив оборот торгової мережі підприємств, 21,4% – оборот фізичних осіб-підприємців, що мають мережу поза ринками, 27,3% – оборот від продажу товарів на ринках. При тому, в структурі роздрібного товарообороту 34,6% займав товарооборот продовольчих товарів, а 65,4% - товарооборот непродовольчих товарів [3]

Ринок продуктового ритейлу є дуже багатограним та різноманітним. Торгівлею продуктами харчування та інших споживчих товарів займаються великі торгові мережі, спеціалізовані та неспеціалізовані крамниці, малі та середні суб'єкти роздрібної торгівлі (продуктові магазини). Підприємства роздрібної торгівлі, які здійснюють продаж товару або послуг споживачам прийнято називати ритейлерами. Тобто, ритейлер – це остання ланка в на шляху продуктів харчування від виробника до споживача. Специфікою продуктового ритейлу як України так і Львівської області є наявність великої кількості несистематизованих продавців продуктів харчування, які реалізують здебільшого продукти власного виробництва на стихійних та організованих ринках.

Підприємства галузі продуктового ритейлу умовно можна розділити на мережеві та немережеві суб'єкти роздрібної торгівлі. Підприємства мережевого ритейлу – це масив одноформатних (рідше різноформатних) магазинів об'єднаних одним власником, єдиною системою логістики, закупівлі, єдиної товарної політикою. Мережевий ритейл у Львівській області представлений сукупністю підприємств глобальних (світових), загальнодержавних (всеукраїнських) та локальних (регіональних) торгових мереж.

Аналіз ринку продуктового ритейлу Львівської області показав, що безсумнівним лідером за обсягом виручки від реалізації та за кількістю торгових точок в галузі продуктового ритейлу є компанія «АТБ-маркет», яка розширює свою присутність у західному регіоні купивши частину місцевої торгової мережі «Барвінок». Дана компанія працює використовуючи стратегію дискаунтера, тобто мережі магазинів широкого продуктового асортименту за цінами нижче середнього. Зазначимо також, що усі торгові точки компанії працюють під одним брендом «АТБ-маркет», незалежно від регіону, площі та формату.

Другу сходинку на ринку продуктового ритейлу займає колись найбільша і найприбутковіша FMCG-група України – компаній Fozzy Group. На відміну від «АТБ-Маркет», який працює під одним брендом Fozzy Group розвиває декілька брендів: це гіпермаркети «Fozzy Cash&Carry», супермаркети «Сільпо», супермаркети преміум класу «Le Silpo», мережа магазинів «Фора», а також дискаунтери «Thrash».

Основних гравців на ринку продуктового ритейлу Львівської області умовно можна поділити на три групи:

- I група – гіпермаркети (МЕТРО, Ашан, ФОЗЗІ Cash&Carry)
- II група – супермаркети (Арсен, Сільпо, Фуршет тощо)
- III група – дискаунтери та «магазини коло дому» (АТБ, Рукавичка, Наш Край, Вopak, Близенько тощо).

Зазначимо, що ринок продуктового ритейлу активніше розвивається у міській місцевості, що відображає недостатнє виконання роздрібною

торгівлею функції забезпечення платоспроможного попиту споживачів [4, с.21].

Так, більшість підприємств сфери ритейлу розміщені у м.Львів. Львів як найбільше місто області характеризується високим рівнем платоспроможного попиту, що провокує жорстку конкуренцію на ринку продуктового ритейлу. Тут зосереджені 2 гіпермаркети «МЕТРО» ТОВ «МЕТРО Кеш енд Кері Україна», 4 гіпермаркети-дискаунтери «Ашан» ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», а також більшість супермаркетів та дискаунтерів. Найпоширенішою в географічному сенсі є мережа дискаунт-супермаркетів «Рукавичка» ТзОВ «Львівхолод», яка налічує близько 80 торгових точок. Сьогодні в містах та містечках області конкуренцію супермаркетам «Рукавичка» складають дискаунтери компанії «АТБ-маркет». Найбільш активно мережеві торгові підприємства розвиваються у торговельних агломераціях навколо Львова, Трускавця, Червонограда, а також в Дрогобичі, Самборі, Стрию.

Ринок продуктового ритейлу характеризується позитивними тенденціями до розширення мережі спеціалізованих магазинів «Родинна ковбаска», «Щирецькі ковбаси», «М'ясний», «Твій сир», «Молочні ріки», «Галицька здоба», «Вацак», «Чарка до свята».

На просторовий розвиток торгових мереж у прикордонних районах Львівської області негативно впливають спрощені умови прикордонного руху в 30-ти кілометровій зоні [5, с.180]. Нерегульований імпорт продуктів харчування в цих районах, зменшує попит та збільшує пропозицію товарів «польського виробництва».

Аналіз тенденцій розвитку ринку продуктового ритейлу дозволяє зробити наступні висновки: 1) через скорочення купівельної спроможності населення зростає частка продуктів харчування у загальному обсязі роздрібного товарообороту; 2) внаслідок посилення конкурентної боротьби та витіснення несистемних гравців із ринку спостерігається тенденція до концентрації роздрібного товарообороту. Як наслідок, збільшується частка мережевих магазинів у структурі роздрібного товарообороту і скорочуються конкурентні можливості дрібних продавців; 3) перенасичення великих міст великоформатними закладами роздрібної торгівлі зменшує віддачу від їхньої операційної діяльності та зумовлює зміну ключових форматів магазинів із формату «гіпер/супермаркет» на невеликі «магазини біля дому» (у форматі «міні-маркети»), що посилить конкуренцію на місцевому рівні.

За цих умов, подальший розвиток підприємств продуктового ритейлу повинен базуватись на оптимізації асортименту товарів для продажу, використання сучасних маркетингових інструментів (брендинг, використання дисконтних карток, активна реклама тощо), надання широкого спектру додаткових послуг.

Список використаних джерел:

1. Кравець В.І. Напрями ринкових трансформацій місцевих мереж продуктового ритейлу в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. Вип. 24. Ч. 2. 2017. С.16-19
2. Роздрібна торгівля України у 2017 році. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ, 2018. 98с.
3. Торгівля Львівської області у 2017 році. Статистичний збірник. Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2018. 85с.
4. Куцик П.О., Медвідь Л.Г., Шевчук В.О., Харинович-Яворська Д.О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління : монографія. Чернівці : Технодрук, 2015. 370с.
5. Клапчук В. Просторовий розвиток торговельних мереж у Львівській області (на прикладі мережі магазинів «Рукавичка»). *Часопис соціально-економічної географії*. Вип. 20(1). 2016. С.173-180

Ратніков О.Ю., студент агрономічного факультету, гр.АНмаг 1-1

Науковий керівник - Пономарьова М.С. к.е.н, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва

*Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва
м. Харків Україна*

КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА

Комерційне підприємництво характеризується тим, що певну роль у ньому відіграють товарно-грошові, торговельно-обмінні операції. Комерція являє собою процес організаційно-технічного і соціально-економічного взаємодії суб'єктів ринку з приводу розподілу і організації обміну товарно-матеріальних цінностей та послуг на еквівалентній основі. Комерція - самостійна підприємницька діяльність на ринку в умовах товарно-грошового обміну, детермінованого пропорцій між попитом і пропозицією товарів і послуг та регульованого державою за допомогою економічних важелів.

Комерція як підприємницька діяльність може існувати лише при наявності прибутку, яка утворюється внаслідок збільшення первісної вартості товару, що обґрунтовано такими діями комерсанта, як здійснення процесу закупівлі товару, прийняття на себе фінансового ризику за поміщений в товар капітал, здійснення зберігання, продажу споживачеві у зручний для нього час, в потрібному асортименті, належної якості і в необхідній кількості, забезпечення кредитування товарів.

Комерція як форма товарного обігу засобів виробництва затребувана необхідністю задоволення платоспроможної потреби товаровиробників на

ринку; для неї характерні вільна реалізація товарно-матеріальних цінностей, можливість вибору споживачами постачальників, розрахунки на основі ринкових цін.

Комерція як економічна структура являє собою сукупність фірм, підприємств, які купують, зберігають товари переважно великими партіями і перепродують їх виробничим споживачам, роздрібною торгівлі, кінцевим споживачам, надаючи при цьому супутні послуги.

Таких положень ми дотримуємося, коли виділяємо комерційну логістику із загального масиву логістик за ознакою галузевої класифікації підприємницької діяльності. З економічної суті слід функціональне наповнення комерційної логістики. Комерційна фірма є одночасно покупцем і постачальником товару; в процесі комерційної діяльності змінюються правомочності власності на товар (володіння, користування, розпорядження). З точки зору ресурсного аспекту наповнення комерційної логістики досить різноманітно: транспортна, складська, інформаційна та інші види логістики. Всі ці складові не тільки присутні в комерційній логістиці, але і внаслідок великого різноманіття господарських зв'язків, а отже, і широкого вибору потенційних логістичних каналів вимагають глибокого опрацювання як на рівні дослідження операцій, так і на рівні прийняття управлінських рішень.

Хоча загальна схема комерції багато в чому аналогічна схемі виробничо-підприємницької діяльності, їй притаманні і серйозні відмінності: відсутня необхідність забезпечення виробничими ресурсами, пов'язаними з випуском продукції; придбані комерсантом матеріальні ресурси купуються їм у вигляді готового товару, що потім реалізується споживачу. Ці особливості роблять серйозний вплив на специфіку логістики даного виду підприємництва, що отримала вже сталий найменування "комерційна логістика".

Комерційна логістика - широка та змістовна категорія. При необхідності окремі її елементи можуть складатися в торговельну логістику, в якій найбільш чітко позначаються такі специфічні функції торгівлі, як напрямок товарного потоку від виробника до споживача; зберігання запасів, необхідних для своєчасного забезпечення поставок покупцям при змінному попиті; накладання тимчасового розриву між виробництвом і споживанням.

Важливе місце в сфері комерції займають товарні біржі - спеціалізовані недержавні установи для проведення торгових операцій по укладанню угод про великомасштабну купівлі-продажу матеріально-речових товарів масового попиту, що продаються за стандартами і зразками. Основним предметом угод на товарній біржі є представлені на ній товари і контракти на купівлю-продаж товарів. Такі функції товарних бірж, як впорядкування торгівлі товарами, надання посередницьких послуг при укладанні угод, регулювання процесу торгу між продавцями і покупцями товару, інформування про ціни на біржові товари, що у перспективі можуть затребувати виділення з комерційної логістики в самостійну науку і сферу діяльності біржової логістики.

Логістика охоплює всі стадії руху товару з метою оптимального задоволення вимог споживачів, вивчає і системно реалізує їх на практиці. Основною причиною затребуваності логістики сучасною економікою є те, що з її практичним застосуванням у сфері товароруху були знайдені резерви, компенсують витрати на задоволення постійно зростаючих запитів споживачів. Вони відшкодовуються за рахунок оптимального розміщення складів, оптимальної величини партії поставки продукції, впровадження нових технологій складування та вантажно-розвантажувальних робіт у процесі обслуговування споживачів.

Найбільш поширеним є підхід до комерційної логістики як науково-практичного напрямку, що полягає в ефективному управлінні в сферах виробництва і обігу; як до системи, що забезпечує транспортно-складські процеси, і як до системи забезпечення торгово-закупівельної діяльності. Організаційні форми та економічні методи логістичного управління рухом товарів, методи і засоби його інформаційного та кадрового забезпечення, технічні засоби управління покликані максимально скоротити сукупні витрати на всіх стадіях пересування і збереження товарів.

Логістичне управління значною мірою впливає на систему фінансово-економічного та правового забезпечення ринкових відносин. І навпаки, виникають нові вимоги до комунікаційного забезпечення суб'єктів відносин, до ринку транспортних послуг, організації і функціонування складського господарства, розвитку транспортних служб в посередницьких організаціях і на підприємствах. При цьому комплексно розглядаються, вибираються економічні способи доставки вантажів, застосовуються прогресивні комерційно-правові акти, тарифи та перевізні документація.

Основна мета комерційної логістики полягає в адаптації до запитів споживача, що означає гарантію швидкого виконання їх замовлень і точне дотримання умов поставки. Ця мета конкретизується в наступних завданнях:

- о гарантія оптимальної системи організації потоків матеріалів, вантажів і товарів, що забезпечує надійність постачання при мінімальних витратах і максимальному використанні існуючих потужностей;

- о формування функціональної узгодженої організаційної структури підприємства.

Комерційна логістика являє матеріально-технічне забезпечення, транспорт, виробництво, збут, складування єдиним безперервним процесом і вважає недоцільним їх розмежування (в аспекті організації процесу товароруху) на відокремлені стадії суспільного виробництва. Суть логістичної концепції - розробка і впровадження таких систем синхронного управління матеріальними, інформаційними, фінансовими та іншими потоками, які ґрунтуються на логістичних принципах і методах. Реалізація логістичної концепції повинна вести до наступних результатів: скорочення виробничого циклу та термінів виконання замовлень, зменшення запасів матеріалів, незавершеного виробництва і готової продукції, неухильного дотримання

договірних зобов'язань, посилення значимості інноваційних процесів та їх впливу на зростання конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Кальченко А.Г. Логістика: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 284 с.
2. Кальченко А.Г. Основи логістики: Навч. посіб. – К.: Т-во "Знання", КОО, 1999. – 135 с.
3. Киршина М.В. Коммерческая логистика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2003. – 256 с.
4. Козловский В.А., Козловская З.А., Савруков Н.Т. Логистический менеджмент: Учеб. пособие. – 2-е изд., доп. – СПб.: Лань, 2002. – 272 с.
5. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. – Ростов н/Д.: Эксперт-бюро, 1997. – 127 с.

Родченко С. С.

старший викладач кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту

Харківський національний університет міського господарства

імені О.М.Бекетова, м. Харків, Україна

ЕТАПИ ЗДІЙСНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ БАНКУ

Вступ. Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки комерційного банку – інформаційне забезпечення, яке поєднує в собі, з одного боку, інформаційну роботу тобто шляхи, засоби та методи збору необхідної інформації, а з іншого – аналітичну роботу, яка включає форми та методи аналізу та обробки інформації, що забезпечує об'єктивне оцінювання ситуації і прийняття виваженого управлінського рішення. Зі сказаного випливає, що інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки комерційного банку складається з двох частин – інформаційної та аналітичної. Інформаційна діяльність – це діяльність служби безпеки банку, що полягає в пошуку, збиранні, зберіганні, поширенні інформації (перший етап інформаційно-аналітичного забезпечення). Аналітична діяльність – діяльність, що полягає в узагальненні, класифікації інформації, її аналізі й перетворенні, розробці висновків, пропозицій, рекомендацій і прогнозів.

Виклад основного матеріалу. Для створення раціонального потоку інформації з метою забезпечення фінансово-економічної безпеки банки повинні опиратися на певні принципи інформаційно-аналітичної діяльності. Я.Жарій [1] та І.Отенко [2] виокремили такі принципи інформаційно-аналітичної діяльності:

– уніфікованості, що припускає те, що аналітики повинні прагнути до того, щоб проектні рішення, які ними пропонуються, підходили до якомога ширшого кола завдань, які вирішуються;

- активності – проведення інформаційно-аналітичної діяльності і видача її результатів незалежно від конкретних запитів користувачів з елементами прогнозування;

- обґрунтованості – отримання аргументованих результатів аналітичної роботи з використанням сучасних досягнень науки, ефективних інформаційно-аналітичних технологій тощо;

- гнучкості – можливість швидкої адаптації до змін суспільно політичних обставин без модифікації структури методів і засобів реалізації аналітичної роботи;

- системності, що припускає встановлення порядку функціонування всієї системи аналітичної інформації загалом і її динамічних тенденцій;

- принцип вирішення нових завдань, що дозволяє виявляти й вирішувати нові завдання, які ставляться перед підприємством у зв'язку з ускладненням зовнішнього середовища;

- принцип першого керівника, заснований на безпосередньому керівництві аналітичною роботою на підприємстві першим керівником у зв'язку з тим припущенням, що він буде постійно спрямовувати аналітичний відділ на вирішення нових більш складних завдань і намагатися вивести підприємство на лідируючі позиції в конкурентному середовищі;

- принцип розвитку – розроблений комплекс вирішення аналітичних завдань повинен створюватися з урахуванням можливості поповнення й постійної актуалізації без порушення його функціонування;

- принцип сумісності – при створенні системи повинні бути реалізовані інформаційні інтерфейси, завдяки яким вона може взаємодіяти з іншими системами відповідно до встановлених правил;

- принцип стандартизації, що припускає те, що під час створення аналітичних комплексів повинні бути раціонально застосовані типові уніфіковані й стандартизовані елементи, проектні рішення, пакети прикладних програм, зокрема такі, які дозволяють створювати економіко-математичні моделі;

- принцип ефективності полягає у досягненні раціонального співвідношення між витратами й цільовими ефектами, включаючи кінцеві результати автоматизації;

- принцип єдиної інформаційної бази, що припускає те, що вихідна інформація один раз вводилась у систему й могла бути використана багаторазово [1; 2].

У роботі [3] зазначається, що інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки комерційного банку повинне будуватися на таких принципах: достовірність інформації, вичерпність інформації, зіставність інформації, оперативність отримання інформації, ефективність інформації, зручність інформації, доцільності (рис. 1).

Принцип	Зміст принципу
Достовірність інформації	Інформація повинна відображати реальні процеси та показники, що мають місце у банку та зовнішньому середовищі
Вичерпність інформації	Для отримання достовірних висновків необхідно, щоб інформація була повною, а не
Зіставність інформації	Інформація з різних джерел щодо одного й того ж процесу чи явища має бути
Оперативність отримання інформації	Інформація має цінність тільки якщо актуальна
Ефективність інформації	Інформаційно-аналітичне опрацювання інформації має бути доцільним, тобто ефект від такого опрацювання має перевищувати витрати на її здійснення
Зручність інформації	Інформація має бути подана у зручному для користувача вигляді
Доцільність інформації	Інформація має бути корисною, тобто необхідною для здійснення аналітичних розрахунків не переобтяжувати

Рис. 1. Принципи побудови інформаційно-аналітичного забезпечення безпеки комерційного банку (складено автором за матеріалами [4])

Головною метою інформаційно-аналітичного забезпечення системи безпеки комерційного банку полягає у розв'язанні інформаційно-аналітичними засобами проблем захисту від загроз, що знижують вартість банку, та у завчасному викритті й попередженні про причини та умови, що можуть сприяти виникненню ранніх ознак таких загроз.

Формування інформаційно-аналітичного забезпечення фінансово-економічної безпеки передбачає чітке визначення напрямів, заходів та засобів збору, обробки, використання, зберігання, підтримки в належному стані фінансово-економічної інформації, використання якої сприятиме підвищенню вартості банку. У зв'язку із цим особливої уваги при формуванні інформаційно-аналітичного забезпечення фінансово-економічної безпеки банківської установи потребує процес організації інформаційно-аналітичної роботи в банках. Інформаційно-аналітична робота – це комплекс заходів, які проводяться підрозділами служби безпеки підприємства з метою збору та обробки необхідних відомостей з ряду питань та на підставі проведеної роботи – розробки інформаційних (інформаційно-аналітичних) документів для керівництва підприємства [5].

Організація та управління інформаційно-аналітичним забезпеченням безпеки банку здійснюється службою безпеки. Організація інформаційно-

аналітичної роботи включає: визначення сфер та об'єктів інформаційної уваги банку; визначення мети і завдань інформаційно-аналітичної роботи; підбір (підготовку) сил і засобів для проведення заходів інформаційно-аналітичної роботи; планування роботи; визначення і постановку завдань виконавцям; забезпечення заходів інформаційно-аналітичної роботи; контроль діяльності сил і засобів, залучених до виконання завдань інформаційно-аналітичної роботи [4, с.150].

Інформаційно-аналітична робота банку із забезпечення безпеки банку, шляхом управління його вартістю, здійснюється в такій послідовності (рис. 2): виявлення можливих загроз та ймовірності виникнення проблем; збір та пошук інформації; облік отриманої інформації та попереднє її вивчення; інформаційно-аналітичне опрацювання отриманої інформації; формулювання висновків; підготовка інформаційно-аналітичних документів. Етапи здійснення інформаційно-аналітичної роботи повторюються циклічно.

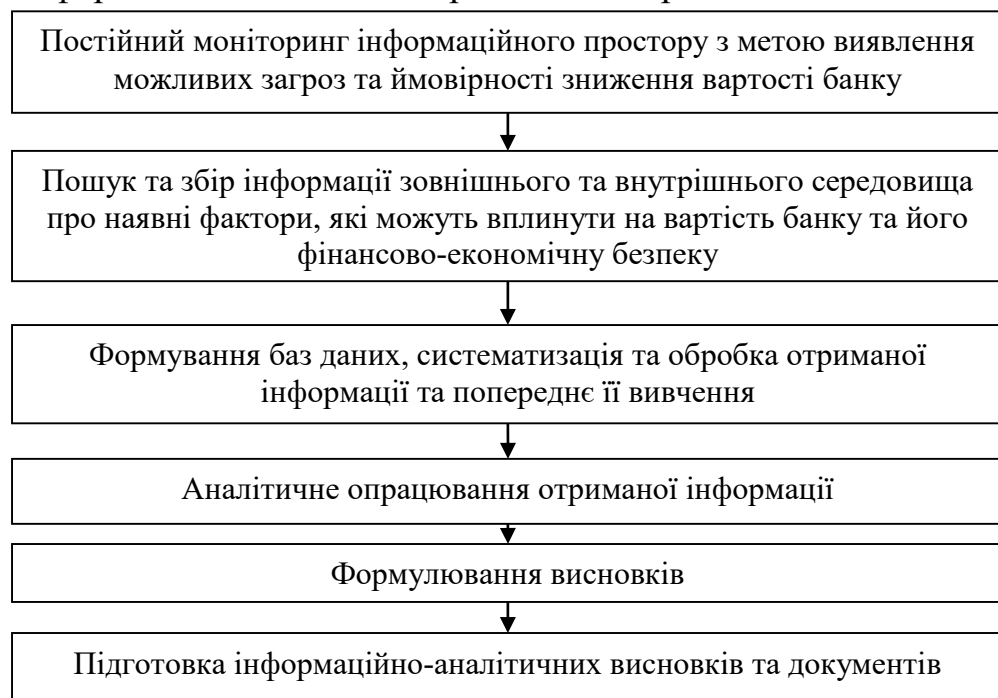


Рис. 2. Етапи здійснення інформаційно-аналітичної роботи у банку із забезпечення безпеки, шляхом управління його вартістю (розроблено автором)

На основі отриманої та опрацьованої інформації формуються відповідні висновки. За результатами інформаційно-аналітичної роботи розробляються відповідні інформаційні документи, які надаються керівництву банку або його керівним органам.

Висновки. Аналітична обробка отриманої інформації про рівень фінансово-економічної безпеки банку передбачає використання процедур, пов'язаних із визначенням рівня її достовірності, повноти, актуальності. Оскільки на основі отриманої інформації проводиться аналіз та оцінка можливих загроз та приймаються управлінські рішення, тому доцільно

здійснювати перевірку інформації за певними критеріями та отримувати її по певних каналах.

Список використаних джерел.

1. Концептуальні засади формування фінансово-економічної безпеки : колективна монографія [Я. В. Жарій, І. В. Сидоренко]; за заг. ред. С.М. Шкарлета. Ніжин : ТПК «Орхідея», 2015. – С. 240–256.,
- 2.Отенко І. П. Економічна безпека підприємства : навчальний посібник. Х. : ХНЕУ, 2012. 256 с.,
- 3.Отенко І.П. Організація та управління фінансово-економічною безпекою банківських установ: навчальний посібник. Х.: ХНЕУ ім. С. Кукузнеця, 2015. 240 с.,
- 4.Зубок М. І. Безпека банківської діяльності: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 190 с.,
- 5.Позднишев Є.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємництва (методи та їх застосування). Навчальний посібник. Книга 1. К., Видавець Позднишев, 2007, 76 с.

Романюк І.А.

*к.е.н., асистент кафедри економіки та маркетингу
Харківський національний технічний університет сільського
господарства ім. Петра Василенка
м. Харків, Україна*

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ДЖЕРЕЛО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вирішення проблем розвитку підприємництва та підприємницької активності в Україні, особливо в структурі сільської економіки, агросфери, сільського зеленого туризму залишається одними з актуальних як теоретичному, так і в практичному соціально-економічному вимірах. Це пояснюється невирішеними проблемами формування середнього класу на селі, значним рівнем безробіття, занепадом сільських територій та зменшенням соціального статусу сільських жителів. Тому важливе значення має виявлення причин та ризиків такого становища з однієї сторони, а також можливостей та резервів їх усунення й збільшення активності підприємницької діяльності – з іншої.

Наразі, сільські товаровиробники створюють підприємства з метою рентабельного виробництва найбільш “ходових” на аграрному ринку сільськогосподарських культур. Зменшення їх урожайності й рентабельності у несприятливих за погодними умовами роки призводить до розуміння необхідності диверсифікації виробництва й спонукає до неї на внутрішньо- й міжгалузевому рівні. І вже зовсім рідко йдеться про організацію на соціально-економічному рівні нових видів діяльності – санаторно-курортного й готельно-ресторанного господарства; туристичних послуг у напрямі

сільського зеленого, освітньо-пізнавального, екологічного туризму; фірмової торгівлі, народних промислів і ремесел тощо.

Монографічні джерела й практичний досвід вказують, що власники й менеджмент агробізнесу досить скептично відносяться до перспектив розширення діяльності на основі диверсифікації [1, с. 254]. Між тим європейський досвід переконує, що глобалізований світ прагне унікальних вражень від мальовничої природи сільських територій, простої, але якісної органічно чистої їжі і відповідних напоїв, традиційного способу життя, який далекий від прискорених темпів великих мегаполісів. Тому послугами саме сільського зеленого туризму користується вже кожен третій турист у США та Європі. І якщо в країнах ЄС його малі підприємства користуються всебічною державною підтримкою й рахуються на десятки тисяч, то в Україні цей показник є на порядок меншим.

З метою активізації цього виду діяльності необхідна обізнаність сільських жителів про напрями здійснення, вартість і форми надання туристичних послуг на селі, їх види, очікувані фінансово-економічні результати. Щоб їх спонукати до цього виду діяльності, потрібні відповідні мотиви, їх моніторинг, оцінка й діагностика [2, с. 122]. Соціологічні опитування власників і менеджерів аграрних підприємств, що надають послуги сільського зеленого туризму, які проводяться час від часу, вказують на пріоритет матеріальних інтересів – збільшення дохідності своїх господарств і вже потім – досягнення вищого соціального статусу, особистісне зростання, діяльність в інтересах сільських громад тощо.

Вагоме значення, крім економічних та соціальних, мають психологічні мотиви здійснення сільського зеленого туризму. У цьому випадку йдеться про почуття незалежності, підприємницької свободи, значимості, наявності вільного часу, задоволенні керівних амбіцій. Нарешті, це успішність, визнання родини, вдячність близьких тощо. Також до занять туризмом як видом підприємництва спонукає відносна невибагливість до наявності значних додаткових інвестицій, обігових грошових коштів, спеціальної підготовки кадрів. Туристичною атракцією або дестинацією може бути вся сільська територія, як і все майно господаря може залучатися до туризму.

Мотиви здійснення підприємницької туристичної діяльності агроформуваннями мають внутрішній та зовнішній характер, напрями прояву та форми надання [3, с. 302]. Вони проявляються у будь-який момент часу функціонування підприємств і залежать від рівня їх розвитку і можливих ризиків фінансово-економічної стійкості та безпеки, фінансово-економічної стійкості, специфіки бізнес-процесів, умов і ресурсів сільських територій. Також вони формуються під впливом світогляду й культури їх власників та працівників; етнічних особливостей і культурно-історичних традицій місць розміщення; попиту туристів та інших споживачів, відношення державних і громадських інститутів.

На наше глибоке переконання, туристична діяльність агроформувань на селі є не тільки виробничо-економічною, але й творчою та конструктивною. Вона заслуговує на всіляку підтримку. Її додаткові мотиви можуть надати обґрунтовані системи управління, стратегії маркетингу та організаційно-економічні механізми господарювання, які використовуються на підприємствах.

Список використаних джерел

1. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки»*. Т. 12, № 1 (43). Львів, 2010. С. 252-255.
2. Мармуль Л.О., Пінчук Т.А. Організація та розвиток аграрного туризму в регіоні: монографія. Херсон: Айлант, 2009. 168 с.
3. Романюк І.А. Розвиток сільського зеленого туризму в умовах необхідності диверсифікації сільської економіки. *Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку аграрного сектору економіки України: колективна монографія*. За заг. ред. А.В. Руснак. Херсон: ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. С. 299-307.

Романько Л. М.
здобувач вищої освіти спеціальності 051 Економіка
ступеня магістр
Дивнич О. Д.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах ринкових відносин більш ефективно функціонують ті суб'єкти підприємницької діяльності, у яких органічно поєднуються підприємницький й організаційний таланти керівника з іншими ресурсами виробництва.

Виробництво валової продукції сільського господарства в Україні за 2010 – 2017 рр. коливалося на що вказують ланцюгові індекси приросту. Так, у 2017 р. порівняно з 2016 р. виробництво зменшилося на 3,2 %. Слід відмітити, що за 2013 – 2017 рр. частка сільськогосподарських підприємств у виробництві продукції сільського господарства збільшилася з 54 % до 56,4 %.

У структурі валової продукції сільськогосподарських підприємств стійке переважання продукції рослинництва – 77,3 %, відповідно на продукцію тваринництва припадає 22,7 % валової продукції (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка вартості та структури валової продукції
сільськогосподарських підприємств України, 2013 – 2017 рр.**

Показники	Роки					2017 р. у % до 2013 р./ абсолютне відхилення , в.п.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Продукція сільського господарства, млн. грн.	136590,9	139058,4	131918,6	145119	140535,2	102,9
у т. ч. продукція рослинництва	103127,8	105529,5	99584,7	113392,6	108601,1	105,3
питома вага, %	75,5	75,9	75,5	78,1	77,3	1,8
продукція тваринництва	33463,1	33528,9	32333,9	31726,4	31934,1	95,4
питома вага, %	24,5	24,1	24,5	21,9	22,7	-1,8

Джерело: розраховано автором за [1; 2; 3; 4; 5]

Досягнення запланованої ефективності виробництва будь-якої сільськогосподарської продукції вимагає постійного зіставлення понесених витрат і отриманих результатів.

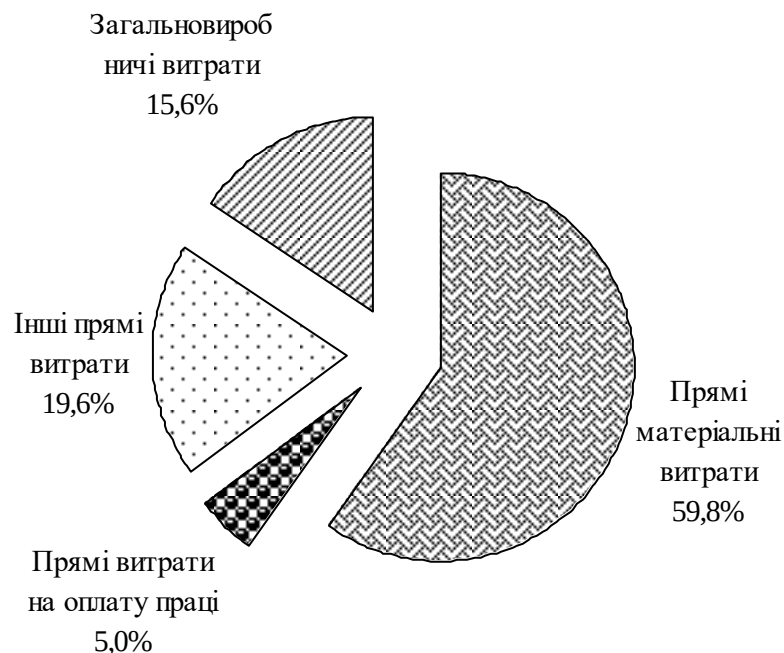


Рис. 2.2. Структура виробничої собівартості продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємства України за 2017 р., %

Джерело: розраховано автором за [6]

У структурі виробничої собівартості продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах України найбільшу питому вагу займають прямі матеріальні витрати – 59,8 %, у тому числі насіння та посадковий матеріал – 7,5 %, корми – 10,3 %, паливо і мастильні матеріали –

7,6 %. Серед інших прямих витрат вагоме місце займають витрати на орендну плату – 8,9 % та амортизацію – 4,7 %, а у загальновиробничих витратах значну частку займає оплата послуг сторонніх організацій – 7,2 %.

Основним показником, який характеризує фінансові результати діяльності є прибуток. Прибуток є показником, який залежить від обсягів і собівартості продукції. Збільшення прибутку відображає нарощування фінансових ресурсів та зростання фінансових результатів.

Таблиця 2

Фінансові результати діяльності сільськогосподарських підприємств України, 2013 – 2017 рр.

Показники	Роки					2017 р. у % до 2013 р./ абсолютне відхилення , в.п.
	2013	2014	2015	2016	2017	
Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.	15012,7	21495,9	101996,1	90122,1	78786,1	524,8
Підприємства, які одержали прибуток до оподаткування						
у відсотках до загальної кількості	80,3	84,8	89,0	88,4	86,7	+6,4
фінансовий результат, млн. грн.	26252,3	51744,1	127609,0	102788,8	92072,7	350,7
Підприємства, які одержали збиток до оподаткування						
у відсотках до загальної кількості	19,7	15,2	11,0	11,6	13,3	-6,4
фінансовий результат, млн. грн.	11239,6	30248,2	25612,9	12666,7	13286,6	118,2
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	14925,7	21413,4	101912,2	89816,3	78457,7	525,7
Підприємства, які одержали чистий прибуток						
у відсотках до загальної кількості	80,3	84,7	88,9	88,4	86,7	+6,4
фінансовий результат, млн. грн.	26186,6	51668,0	127525,5	102496,1	91764,1	350,4
Підприємства, які одержали чистий збиток						
у відсотках до загальної кількості	19,7	15,3	11,1	11,6	13,3	-6,4
фінансовий результат, млн. грн.	11260,9	30254,6	25613,3	12679,8	13306,4	118,2
Рівень рентабельності всієї діяльності, %	8,3	9,3	30,4	25,6	18,7	+10,4
Рівень рентабельності операційної діяльності, %	11,7	21,4	43,0	33,6	23,5	+11,8

Джерело: розраховано автором за [1; 2; 3; 4; 5]

Аналіз даних табл. 2 показує, що фінансовий результат до

оподаткування у сільськогосподарських підприємствах України у 2017 р. порівняно з 2013 р. зріс у 5,2 рази і дорівнює 78786,1 млн. грн.

При цьому питома вага підприємств, які одержали прибуток до оподаткування збільшилася на 6,4 в.п. і становить 86,7 %, відповідно частка підприємств, які одержали збиток зменшилася до 13,3 %.

За досліджуваній період чистий прибуток сільськогосподарських підприємств зріс у 5,3 рази і становить 78457,7 тис. грн., при цьому частка підприємств, що одержали чистий прибуток залишилася незмінною – 86,7 %.

Рівень рентабельності господарської діяльності збільшився на 10,4 в.п. і становить 18,7 %, а рівень рентабельності операційної діяльності збільшився на 11,8 в.п. до 23,5 %, що свідчить про підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва.

Вцілому по сільськогосподарських підприємствах України спостерігається підвищення ефективності виробництва як продукції рослинництва, так і продукції тваринництва. Так, рівень рентабельності виробництва культур зернових та зернобобових збільшилася на 22,6 в.п. і становить 25 %, ефективність виробництва насіння соняшнику – на 13,1 в.п. до 41,3 %, ефективність виробництва буряків цукрових – на 9,3 в.п і дорівнює 12,4 %. У рослинництві традиційно певний інтерес представляє аналіз рівня рентабельності виробництва двох стратегічно важливих для економіки будь-якого господарства сільськогосподарських культур – зернових і соняшнику. У тваринництві перспективним лишається виробництво молока, рівень рентабельності якого збільшилося на 13,8 в.п. до 26,9 %. У той же час виробництво великої рогатої худоби на м'ясо зі збиткового перетворилося на ефективне, рівень рентабельності якого склав 2,4 %. Рівень рентабельності свиней на м'ясо збільшився до 3,5 %, однак виробництво яєць у 2018 р. було збитковим, незважаючи на прибутковість у попередніх періодах.

Список використаних джерел

1. Сільське господарство України за 2013 рік. Статистичний збірник / за ред. Н. С. Власенко. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 390 с.
2. Сільське господарство України за 2014 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України. 2015. 379 с.
3. Сільське господарство України за 2015 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2016. 360 с.
4. Сільське господарство України за 2016 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики України, 2017. 246 с.
5. Сільське господарство України за 2017 рік. Статистичний збірник / відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. К.: Державна служба статистики

України, 2018. 245 с.

6. Витрати на виробництво продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах у 2017 році / Держ. служба статистики України. URL.: www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення 15.01.2019).

Рудич А. І.

к. е. н. доцент, завідувач кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Бондаренко Я. Ю.

спеціальність «Облік і оподаткування», СВО «Магістр»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ОБЛІК ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ: НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ

Власний капітал завжди вважався основним джерелом засобів для створення, існування і розвитку будь-якого підприємства. Панування капіталу в ринкових умовах вимагає нових підходів до бухгалтерського обліку та економічного аналізу його формування, раціонального і ефективного використання з метою забезпечення його приросту в інтересах власників (винагорода), держави (формування бази оподаткування), створення стабільності діяльності (формування резервів з прибутку), розвитку і розширення виробництва (за рахунок капіталізації прибутку).

Величина власного капіталу показує на скільки діяльність підприємства забезпечена власними, а не запозиченими джерелами фінансування. Розкриття інформації про стан і зміни власного капіталу у звітності дозволяє управлінському персоналу оцінювати фінансову незалежність підприємства і напрями подальших управлінських рішень, а користувачам – робити висновок про рівень майстерності менеджерів розпоряджатися ввіреними їм ресурсам та довіру інших суб'єктів господарювання. Недостатня розробленість методології бухгалтерського обліку елементів власного капіталу негативно впливає на результати формування і реалізації інвестиційних програм, ускладнює процес накопичення та інвестування, ускладнює формування достовірної інформації для зовнішніх і внутрішніх користувачів.

Необхідність в удосконаленні методики обліку власного капіталу підприємств виникає при переході до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ). Тому доцільним є проведення аналізу відмінностей у методичному забезпеченні обліку елементів власного капіталу підприємства за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку та міжнародними стандартами фінансової звітності.

У Міжнародних стандартах фінансової звітності не міститься окремого стандарту, присвяченого саме питанням визнання та відображення у звітності власного капіталу та його складових. Методологічні засади обліку та

відображення у звітності капіталу регулюються Концептуальними основами складання фінансової звітності (Framework for the Preparation and Presentation of Financial Statements) [2].

Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає власний капітал як частину в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [4].

На відміну від національних стандартів, Концептуальні основи складання фінансової звітності трактують власний капітал як чистий капітал або чисті активи суб'єкта господарювання. п. 4.4 Концептуальної основи [2]. Отже, в міжнародних стандартах бухгалтерського обліку є поняття «чисті активи» (netassets), а термін «власний капітал», не використовується.

Відмінним є також складові власного капіталу за міжнародними стандартами. Так, з позицій Н(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» власний капітал складається з таких складових: зареєстрований (пайовий) капітал; капітал у дооцінках; додатковий капітал; резервний капітал; нерозподілений прибуток (непокритий збиток); вилучений капітал; неоплачений капітал [2].

До складу ж власного капіталу згідно п. 4.20–4.23 Концептуальної основи відносяться:

- кошти, внесені акціонерами (зареєстрований або статутний капітал);
- нерозподілений прибуток;
- резерви, які відображають асигнування нерозподіленого прибутку.

У міжнародній практиці виділяють:

- нормативні резерви, ті що передбачені законодавством, а в Україні це резервний капітал) та
- ненормативні, ті що створені на основі рішення власників підприємства, наприклад, фонди соціального чи виробничого розвитку підприємства);
- резерви, які відображають коригування збереження капіталу (до них можуть належати суми дооцінок або сума емісійного доходу) [2].

Складові власного капіталу підприємства встановлюються обліковою політикою, що втілюється в рішеннях власників про створення різноманітних фондів розвитку (додатковий капітал), напрямів розподілу прибутку, операцій із власними акціями.

У результаті змін, внесених в Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [1] у вітчизняному бухгалтерському обліку розширилася сфера застосування МСФЗ, тому висвітлені відмінності є необхідними при складанні фінансової звітності за МСФЗ в частині власного капіталу.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в

Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>

3. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prou4ot.inf>

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07 лют. 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

*Рудич А. І.,
к.е.н., доцент кафедри економічної теорії
та економічних досліджень
Кужеленко С. О,
ЗВО спеціальності «Облік і оподаткування»,
СВО «Магістр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

Фінансова звітність, як основа інформаційного забезпечення різних груп користувачів, є однією з складових рушійного розвитку економіки України у майбутньому, оскільки від її якісних характеристик залежить ряд показників ефективності на мікро - та макрорівнях, що в кінцевому результаті визначає темпи розвитку національної економіки і прямо впливає на інвестиційну привабливість та динаміку залучення інвестицій на ринках капіталів.

Порядок складання фінансової звітності до березня 2013 року регулювалося відповідними Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Міністерство фінансів України наказом № 73 від 07.03.2013 р. затвердило Національні положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (далі - НП(С)БО 1), яким встановлено нові: «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»; «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»; «Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)»; «Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом)»; «Звіт про власний капітал».

Обов'язкова форма та зміст статей фінансової звітності визначаються НП(С)БО 1 і наводяться в додатку 1 та 2 до цього положення [5, 6].

При складанні «Звіту про фінансові результати (звіт про сукупний дохід)» необхідно дотримуватися принципу нарахування та відповідності доходів і витрат, за яким для визначення фінансового результату звітного періоду слід зіставити доходи звітного періоду з витратами, які були здійснені

для отримання цих доходів. «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» складається з чотирьох розділів:

- Розділ 1. «Фінансові результати» (р. 2000 - 2355);
- Розділ 3. «Сукупний дохід» (р. 2400 - 2465);
- Розділ 3. «Елементи операційних витрат» (р. 2500 - 2550);
- Розділ 4. «Розрахунок показників прибутковості акцій» (р. 2600 - 2650).

Відображення інформації про фінансові результати у формі 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» представлено на рис. 1.

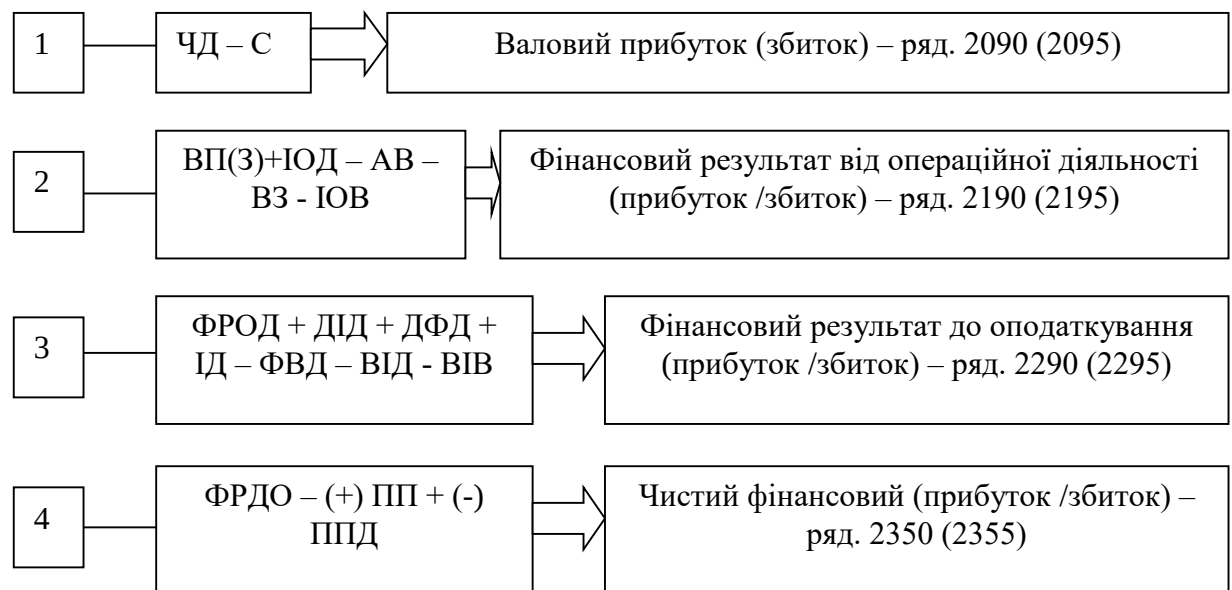


Рис. 1. Формування та відображення у ф. 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» фінансових результатів

У першому розділі «Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід)» надається інформація про доходи і витрати з точки зору власника підприємства, усі витрати, пов'язані з доходом звітного періоду, включаючи й податок на прибуток, вважаються витратами звітного періоду; прибуток розглядається як джерело виплат власникам для нарахування і сплати дивідендів, створення резервного капіталу або збільшення статутного капіталу.

У другому розділі наводиться інформація про суми проведених уцінок необоротних активів та фінансових інструментів за звітний період, суми накопичених курсових різниць, частки іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств та інший сукупний дохід.

У третьому розділі наводиться склад операційних витрат за елементами, що дозволяє провести аналіз їх структури.

У четвертому розділі Звіту про фінансові результати, який стосується лише акціонерних товариств, прості акції яких відкрито продаються та купуються на фондових біржах, а також тих товариств, які знаходяться у

процесі випуску зазначених акцій, розраховуються показники прибутковості акцій.

Отже, фінансова звітність розглядається як інструмент для об'єктивної та достовірної оцінки фінансово-майнового стану, результатів діяльності та руху грошових коштів підприємства. Удосконалення принципів складання, змісту форм фінансової звітності, можливість додаткового розкриття інформації забезпечить підвищення її інформативності та значення

Список використаних джерел

1. Бухгалтерська звітність сільськогосподарських підприємств : [практ. посіб.] / Б. В. Мельничук, Н. Л. Жук, А. С. Стецюк [та ін.] ; За ред. Б. В. Мельничука. – К. : ТОВ «Всеукраїнський інститут права і оцінки», 2014. – 84 с.
2. Верига Ю. А. Фінансова звітність підприємств України : сучасний стан і шляхи вдосконалення / Ю. А. Верига // Регіональні перспективи. – 2010. - № 2 - 3 (15 - 16). - С. 22 - 23.
3. Дидоренко Т. В. Сутність фінансових результатів як об'єкта бухгалтерського обліку / Т. В. Дидоренко // Науково-практичний журнал «Молодий вчений». - № 1 (16). – 2015. – С. 78 - 81.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. / [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
5. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджені Наказом Міністерства фінансів України № 433 від 28 бер. 2013 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://buhgalter911.com/Res/Zakoni/MetodRek/metod_fin_otch_433.aspx
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07 лют. 2013 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
7. Плаксієнко В. Я. Бухгалтерський облік у виробничих та агросервісних кооперативах : [підручник] / Плаксієнко В. Я., Пісьмаченко Л. М., Маренич Т. Г. ; за заг. ред. В. Я. Плаксієнка. – К. : Центр навчальної літератури, 2014. - 443 с.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29 лист. 1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.kiev.ua>.
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» № 318 від 31 груд. 1999 р. [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>

Рябуха А.Ю.

*к.п.н., голова циклової комісії загальноосвітніх та
соціально-гуманітарних дисциплін*

Полтавський коледж Університету «Україна»

м. Полтава, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Сьогодні інформаційні технології широко проникають в усі сфери діяльності людей і в підприємництво також. Інформаційні технології дозволяють спростити, зробити зручнішою і ефективнішою роботу організації.

Різні аспекти застосування інформаційних технологій в підприємстві знайшли своє відображення в працях С. Алексєєва, Г. Бібіка, Дж. Джестон, І. Кривов'язюка, О. Ускова, Ю. Кулика, М. Левченка, Т. Носкової, М. Омелько, Т. Янчука та інших.

За допомогою інформаційних технологій в підприємстві досягається автоматизація всіх інформаційних процесів за рахунок впровадження сучасних програмних продуктів.

Підприємництво – самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [1].

Застосування інформаційних технологій в підприємстві дає можливість забезпечити використання сукупності засобів і методів збору, обробки та передачі даних для отримання інформації нової якості про стан об'єкта, процес або явище.

Інформаційні технології представляють собою комплекс програмно-технічних засобів і методів виробництва, передачі, обробки та споживання інформації. Метою їх впровадження є створення системи, у якій інформаційні потоки налагоджені таким чином, що користувачі з мінімальними витратами одержують доступ до необхідної інформації в той час, коли вона потрібна, і там, де вона потрібна, а базовими принципами є: релевантність, час та місце [3].

Підприємницька діяльність сьогодні тісно пов'язана з використанням програмного забезпечення, комп'ютерних систем і технологій, нового інформаційного середовища та нових можливостей (наприклад, цифровий обмін документами чи використання цифрового підпису). Проте доволі часто інформаційні технології сприяють формуванню і нових загроз, що діючи на окремі складові системи економічної безпеки підприємства, можуть знижувати рівень економічної безпеки в цілому.

Інформаційні технології сьогодні беруть участь в управлінні, обліку, плануванні, обміні інформацією – на будь-якому підприємстві будь-якої галузі

– від використання програм обліку (1С: Бухгалтерія, 1С: Підприємство, Парус, Бухгалтерія для України) чи обміну податковими накладними (MeDoc) до переведення функціонування бізнесу майже в повністю автоматичний режим (наприклад, Інтернет-магазини, де всі етапи покупки товару проходять виключно он-лайн).

На сучасному ринку інформаційних технологій представлені комп'ютерні програми автоматизації роботи в підприємстві, які мають різні можливості. В українському підприємстві переважно застосовуються такі програми, як: «ІНЕК-Аналітик», Project Expert, «Альт-Фінанси», модуль «Фінансовий аналіз» системи «Галактика», система «БЕСТ-Офіс», Onvisio, Financial Analysis, Oracle, SAP, NS 2000.

На сьогодні існує кілька програмних продуктів, що дозволяють проводити фінансовий аналіз в підприємстві, зокрема [4]:

1. «ІНЕК-Аналітик» – найстарша програма фінансового аналізу, що дозволяє проводити фінансовий аналіз на основі розрахованих аналітичних таблиць і графіків. Система формує коротке резюме про фінансовий стан підприємства, що містить текст і графіки.

2. Project Expert – аналітична система для діагностики, оцінки і прогнозування діяльності підприємства. Система дає можливість провести переоцінку різноманітних параметрів роботи підприємства та перевести дані в більш стійку валюту.

3. «Альт-Фінанси» – програмний продукт, що дозволяє здійснювати комплексне оцінювання діяльності підприємства, виявляти основні тенденції його розвитку. Програма «Альт-Фінанси» використовує основні методи проведення аналізу: горизонтальний, вертикальний, порівняльний та факторний.

4. Модуль «Фінансовий аналіз» системи «Галактика» – програма оцінки фінансового стану підприємства і перспектив його подальшого розвитку з орієнтацією на підприємства всіх форм власності.

5. Система «БЕСТ-Офіс» – програмний продукт, призначений як для оперативного аналізу власної фінансово-господарської діяльності, так і для проведення незалежної зовнішньої експертизи й аналізу економічного стану підприємства з метою розробки стратегії його розвитку. Результати аналізу подаються як у вигляді аналітичних таблиць, так і у вигляді графіків.

6. Onvision – програмний комплекс, призначений для оперативного аналізу даних, одержуваних з облікових систем.

7. Financial Analysis – програма для проведення вертикального і горизонтального фінансового аналізу; аналізу економічного потенціалу на основі оцінки майнового стану; оцінки результативності фінансово-господарської діяльності.

8. Oracle – складний програмний комплекс для системного управління великими підприємствами та об'єднаннями, який включає в себе повне комп'ютерне управління діяльністю підприємства від ведення первинної

документації, обліку роздрібних продажів, оцінки і управління якістю і аж до автоматизованого складання стратегічних планів розвитку на перспективу.

9. SAP – аналогічна система до Oracle, але трохи простіша і може бути адаптована до української специфіки, законодавства тощо.

10. NS 2000 – багатофункціональний модульний комплекс, який здатний працювати з великими базами даних та в своїй структурі з-поміж іншого має модуль управління фінансами.

Для вибору інформаційних технологій для застосування в підприємстві А. П. Дикий та Ю. Д. Довгаль пропонують критерії вибору програмного продукту з комп'ютеризації підприємництва. До них відносять: авторитетність («солідність») розроблювача; співвідношення витрат та вигоди (ефективність); ступінь універсальності; функціональна повнота; зрозумілість системи; зручний інтерфейс; надійність; сумісність програмного забезпечення; технічні параметри; рівень сервісного обслуговування; варіабельність; ступінь захисту інформації і контролю даних [2]. Основні критерії вибору програмного забезпечення з комп'ютеризації підприємництва є універсальними, їх можна застосовувати під час здійснення комп'ютеризації для вибору програмного продукту не залежно від розміру підприємства.

Отже, сучасний розвиток інформаційних технологій призвів до того, що за останні роки у підприємстві стали широко застосовуватися різноманітні інформаційні технології, такі як 1С: Бухгалтерія, 1С: Підприємство, Парус, Бухгалтерія для України, MeDoc, ІНЕК-Аналітик, Project Expert, Альт-Фінанси, модуль «Фінансовий аналіз» системи «Галактика», система «БЕСТ-Офіс», Onvisio, Financial Analysis, Oracle, SAP, NS 2000.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003 р. – №18, №19–20, №21–22, – ст. 144.
2. Дикий А. П. Особливості вибору програмного забезпечення для комп'ютеризації бухгалтерського обліку великих підприємств / А. П. Дикий, Ю. Д. Довгаль // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2008. – № 4 (46). – С. 61–70.
3. Кривов'язюк І. В. Проблеми запровадження інформаційних технологій в управлінні логістичною системою підприємства / І. В. Кривов'язюк, Ю. М. Кулик // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 12. – С. 83–90.
4. Кругляно А. В. Запровадження окремих програмних продуктів у практику стратегічного аналізу малих підприємств / А. В. Кругляно // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 3. – С. 156–164.

Сазонова. Т. О.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Вигівська І. А.

здобувач вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ КОНФЛІКТАМИ В ПІДПРИЄМСТВІ

Конфлікт є невід'ємним елементом функціонування будь-якого суспільства. У сучасному світі, в умовах, коли щодня збільшується «темپ життя», стреси стають постійними супутниками в трудовому та особистому житті, коли люди, які пов'язані спільною діяльністю, розходяться в цілях, поглядах, установках, інтересах – відбувається конфлікт. Він дезорганізує людей, переводить їх у стан, коли ними починають керувати емоції, а не розум. Якщо в побутовому, особистому житті конфліктні ситуації, здебільшого, окрім стресу і тимчасової психічної розбалансованості нічого іншого не викликають, то в сфері управління – для менеджера конфлікт може відігравати значно відчутнішу роль, так як наслідки від нього можуть бути досить непередбачувані та катастрофічні.

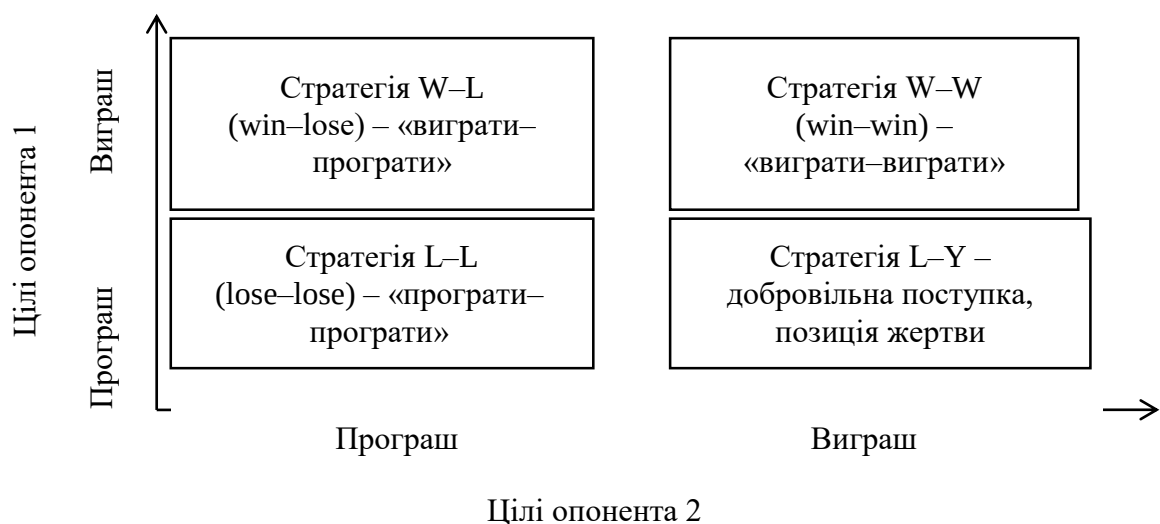


Рис. 1. Стратегії управління конфліктами залежно від задоволення цілей опонентів [1]

Управління конфліктом припускає його обмеження і утримання нижче того рівня, на якому він стає загрозливим для організації, групи, міжособистісних відносин. Вміле управління може привести до його вирішення, тобто до усунення проблеми, що викликала конфлікт, і відновленню взаємовідносин сторін в тому обсязі, який необхідний для забезпечення нормальної діяльності підприємства.

За одним з підходів до класифікації стратегій управління конфліктами виділяють дві великі групи:

- стратегії запобігання конфліктам;
- стратегії вирішення конфліктів.

При чому, якщо не вдалось запобігти конфліктам, то застосовують наступні стратегії управління конфліктами [1]: W–L (win–lose) – «виграти–програти»; L–L (lose–lose) – «програти–програти»; W–W (win–win) – «виграти–виграти»; L–Y – добровільна поступка, позиція жертви (рис. 1).

На наш погляд, найбільш ефективною є стратегія W–W (win–win) «виграти–виграти», адже опоненти по конфлікту з площини суперництва переходять у площину співробітництва. Швидше за все 100 %-вих вигравшів вони не отримають, чимось необхідно буде поступитися, але ці поступки принаймні будуть некритичними, чимось таким, чим можна пожертвувати (з обох сторін) і що не загрожуватиме цілісності і досягненню головних цілей опонентів. Хоча, з позицій управлінського ресурсу застосування даної стратегії вимагає наявності у керівництва достатніх можливостей для задоволення потреб опонентів і високої компетентності в управлінні конфліктами, зокрема.

Ще один поділ стратегій управління конфліктами на види відбувається за фактором часу (рис. 2).

Подольчак Н. Ю., Ковальчук Г. Р., Подольчак Н. І. пропонують карту стратегій, на основі різних критеріїв їх розподілення (рис. 3). Об'єктом впливу для реалізації стратегії психоемоційного впливу є окремий керівник або група працівників. Автори виділяють дві групи заходів зі стратегії психоемоційного впливу за масштабом та способом впливу – заходи соціального психоемоційного впливу та заходи індивідуального психоемоційного впливу. Перші із них спрямовані на особу конкретного керівника, працівника його внутрішній світ, а другі на групу людей, зовнішній світ керівника, який бере участь у конфлікті.

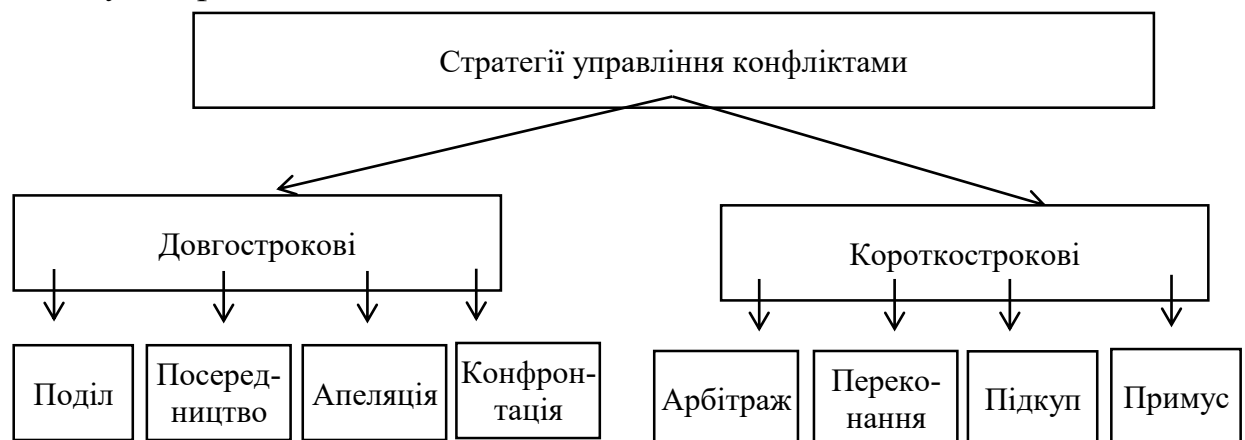


Рис. 2. Класифікація стратегій управління конфліктами за фактором часу [складено на основі 2, с. 128].

Серед методів позитивного психоемоційного впливу на працівника, керівника, групу можна виділити наступні: саморегуляція – це управління власним психоемоційним станом, яке досягається впливом людини самої на себе за допомогою слів, уявних образів, управління м'язовим тонусом, диханням [3, с. 4].

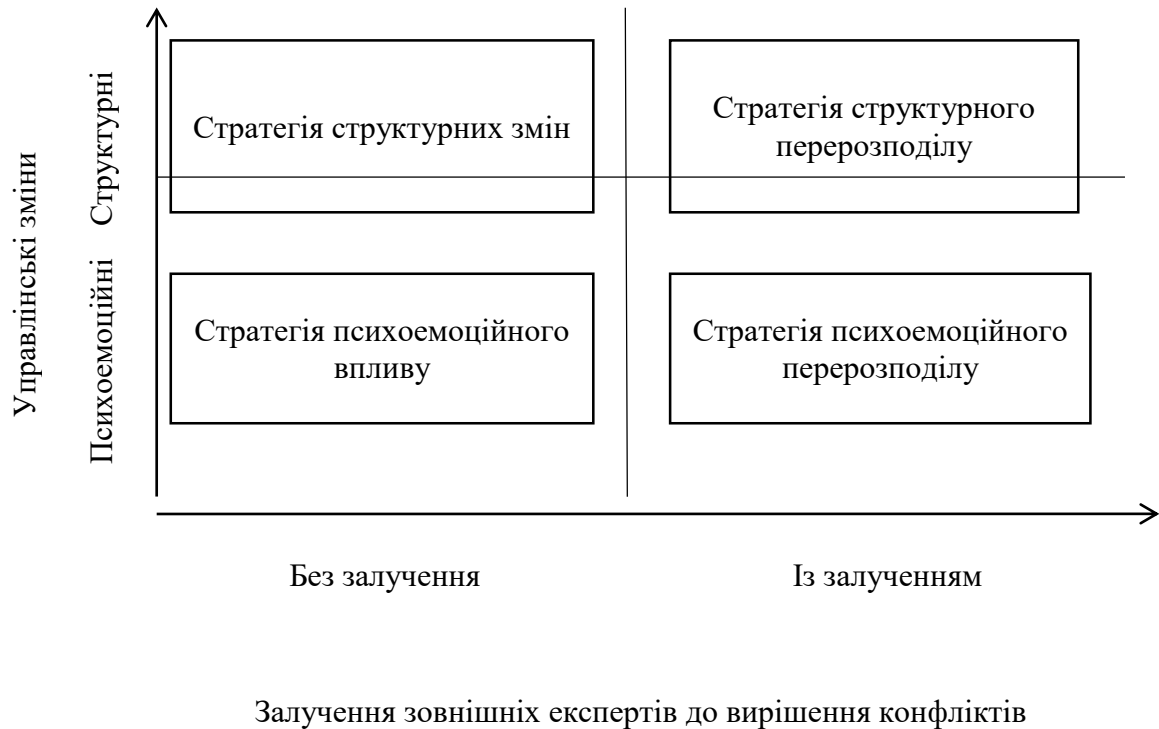


Рис. 3. Стратегії управління конфліктами [2, с. 129]

До ефектів саморегуляції можна віднести: ефект заспокоєння – усунення емоційної напруги; ефект відновлення – послаблення проявів втоми; ефект активізації – підвищення психофізіологічної реактивності.

До способів саморегуляції можна віднести: сміх, посмішку, гумор; згадування, думки про хороше, приємне; різноманітні рухи, типу потягування, розминання м'язів; розглядання приємних речей (фото, пейзажу тощо); подумки звертання до вищих сил (Бога, Всесвіту тощо); «купання» реальне або подумки в сонячному промінні; дихання свіжим повітрям; читання віршів; вираження комусь похвали, компліментів просто так.

В рамках управління підприємства Подольчак Н. Ю., Ковальчук Г. Р., Подольчак Н. І. пропонують використовувати як заходи по реалізації даної стратегії: корпоративну культуру, правила поведінки, цінності та філософію організації, а також загальноприйнятні норми людської поведінки, закріплені, зокрема, в Біблії. Якщо ці методи може застосувати людина, незалежно від посади, рівня управлінської ієрархії, місця роботи, то наступні, які ми пропонуємо розглядати в контексті використання стратегії психоемоційного перерозподілу, принаймні на початкових етапах, неможливі без залучення третьої особи (фахівця, або людини з відповідним досвідом).

До таких методів ми пропонуємо віднести: психогігієнічний комплекс; релаксацію; аутогенне тренування.

Загалом, в площині психоемоційного впливу ми пропонуємо спрямувати дії керівництва на запобігання та подолання стресових станів у працівників, що не рідко виступають причиною або каталізатором конфліктних ситуацій.

В межах формування та реалізації стратегії структурних змін дослідники пропонують використовувати заходи, пов'язані із зміною цілей та завдань персоналу підприємств, координаційні та інтеграційні механізми, розвиток системи винагород та стимулювання, зміну системи контролювання та організування, послідовністю виконання завдань працівниками, середовищем прийняття та реалізації управлінських рішень тощо [2, с. 130].

В межах цієї стратегії необхідно враховувати та втілювати в життя заходи по ефективному впровадженню змін на підприємстві [4]: усвідомлення керівництвом терміновості та необхідності змін; пошук і об'єднання в одну команду людей з достатніми повноваженнями і можливостями для того, щоб провести підприємство через процес змін, навчання та надання інформації; стимулювання в обмін на підтримку; надання допомоги при адаптації до нововведень; кадрові перестановки і призначення; приховані і явні заходи примусу; закріплення нових підходів в організаційній культурі підприємства.

Зазначимо, що пошук шляхів вирішення конфлікту, як правило, починається з визначення його предмета, і зробити це часто зовсім нелегко. Багато конфліктів мають настільки заплутану і складну передісторію, що фахівець змушений як археолог розкривати один шар за іншим. Нашарування проблем може зробити сам предмет конфлікту дифузним. Тому ефективне управління йде поруч з систематичним підвищенням конфліктологічної грамотності керівного складу. Сучасному менеджеру, що здійснює керівництво в умовах нестабільності та постійних змін, доцільно пам'ятати: будь-які взаємини, як ділові, так і суто особистісні, ефективні тільки при поступливості і стриманості сторін, чесному партнерстві, спільному прагненні згладити розбіжності і конфлікти, при їх виникненні. Це бачення потрібно транслювати на підлеглих, займатися постійною самоосвітою в сфері конфліктологічної обізнаності, міжособистісних відносин, формувати високий рівень стресостійкості власної команди.

Список використаних джерел

1. Корнелиус Х. Выиграть может каждый : [Монограф.] [Електронний ресурс] / Х. Корнелиус, Ш. Фэйр. – Режим доступу : <http://www.conflict-resolve.org/conflictresolve.pdf>
2. Подольчак Н. Ю. Формування стратегії вирішення управлінських конфліктів у діяльності машинобудівних підприємств [Електронний ресурс]. / Подольчак Н. Ю., Ковальчук Г. Р., Подольчак Н. І. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – № 797. – С. 126-134. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_18

3. Замула С. Ю. Методики зняття напруги: узагальнення матеріалів науково-психологічної літератури / С. Ю. Замула, І. М. Рудницька. – Біла Церква, 2011. – 67 с.

4. Матюк Т. В. Управління процесами організаційних змін на підприємствах [Електронний ресурс]. / Т. В. Матюк, О. О. Дяченко. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>

Світлична А.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права

Галич О.А.

к.е.н., доцент, доцент кафедри інформаційних систем та технологій

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ЮРИДИЧНА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Оцінка актуальних тенденцій в галузі юридичної освіти, дозволяє стверджувати, що в останні роки відбулася зміна її соціальної значимості. Юридична професія стала однією з найбільш престижних. Більшість експертів, визначають високий рівень насиченості країни юристами, але їх підготовка здійснюється в основному для правоохоронних органів, де зосереджена переважна більшість юридичних кадрів. Водночас в органах державної влади та управління, у сфері економіки, зокрема аграрної, багато посад, які потребують правової підготовки, заміщуються спеціалістами без юридичної освіти.

Згідно з даними статистичного дослідження проведеного Директоратом з прав людини, доступу до правосуддя та правової обізнаності [1], в Україні станом на 1 січня 2019 року вищу юридичну освіту за спеціальністю «Право» здобуває 104565 осіб та 2740 осіб – за спеціальністю «Міжнародне право». Всього – 107,3 тисяч майбутніх юристів. Для порівняння: на спеціальності «Фінанси» всього навчається 65 тисяч студентів, «Комп'ютерні науки» – 25 тисяч, «Агроінженерія» – 16 тисяч. Не менше 7,5 тисяч майбутніх правників готують в системі навчальних закладів МВС на контрактних умовах. При цьому у різних закладах освіти навчаються за спеціальністю «Правоохоронна діяльність» більше 5,5 тисяч осіб;

На сьогодні підготовку бакалаврів з права здійснюють 193 заклади вищої освіти, магістрів – 120. Топ-10 за кількістю здобувачів вищої освіти очолили корифеї у галузі юридичної освіти – Національний юридичний університет ім. Ярослава Мудрого, Національний університет «Одеська юридична академія», Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Із загальної кількості здобувачів вищої освіти за всіма рівнями, що вступили на навчання у 2018 році – 35898 осіб (14 %) навчається за кошти держбюджету. Кількість вступників на перший (бакалаврський) рівень вищої освіти за останні три роки зросла на 1105 осіб (5%), а на другий (магістерський) рівень – зменшилась на 2006 осіб (20%). При цьому варто зауважити, що близько третини (32,8%) вступників на магістерський рівень не змогли продовжити навчання, бо не впорались із завданнями Єдиного вступного фахового випробування чи Єдиного вступного іспиту. До того ж, 180 балів і вище отримали 3,1%, а нижче 150 балів – близько 72% бакалаврів, що вказує на низький рівень їх знань. Це підтверджують і результати інших досліджень [2], згідно з якими 60 % роботодавців визначає рівень підготовки випускників, як низький, а 80% говорять про те, що змушені додатково навчати молодих фахівців.

На ринку праці, за даними Державної служби зайнятості, вільних вакансій, де вимагається наявність вищої юридичної освіти заявлено 229, а осіб, які зареєстровані як безробітні – 1855. Огляд спеціалізованих ресурсів з пошуку роботи дає можливість зробити висновок, що на одну правничу вакансію претендує більше 7 осіб [1].

Таким чином, ситуація в галузі юридичної освіти має цілий ряд проблем: по-перше, це не підкріплений запитами ринку праці попит вступників на правову освіту та досить тривала відсутність втручання з боку держави у регулювання цього процесу (зокрема, мінімальна кількість балів ЗНО для вступу – не менше 130 балів – встановлена лише з 2019 року); по-друге, рівень підготовки майбутніх фахівців залишається досить низьким. Зазначене, на наш погляд, вимагає стандартизації підходів до організації освітньої діяльності в галузі юридичної освіти. Крім того, особливу увагу слід приділити формуванню у майбутнього юриста ідеї безперервного навчання і самоосвіти в процесі всієї його професійної діяльності, розвитку таких навичок як креативність, критичне мислення, адаптивність та ін.

Список використаних джерел

1. Стан юридичної освіти. Статистичне дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://minjust.gov.ua/files/general/2019/03/18/20190318171622-46.pdf> (дата звернення 21.03.2019 р.)
2. Міністерство юстиції презентує статистичне дослідження «Стан юридичної освіти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://minjust.gov.ua/news/ministry/ministerstvo-yustitsii-prezentue-statistichne-doslidjennya-stan-yuridichnoi-osviti//> (дата звернення 21.03.2019 р.)
3. Кривецький О. Сучасна юридична освіта як вимога часу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuvip.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3183:suchasna-yuridichna-osvita-yak-vimoga-chasu&catid=8&Itemid=350 (дата звернення 24.03.2019 р.)

Селіхов Д. А.

к.ю.н., доцент кафедри правознавства

Полтавського університету економіки і торгівлі

Полтава, Україна

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ КРЕДИТУВАННЯ ДРІБНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ НАДДНІПРЯНСЬКОЇ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИМИ ТА ГРОМАДСЬКИМИ ОЩАДНИМИ КАСАМИ В РОКИ СТОЛИПІНСЬКИХ РЕФОРМ

Навряд чи знайдеться сьогодні особа, яка б заперечувала величезне, якщо не сказати вирішальне, значення для успішного розвитку економіки будь-якої країни використання (у більшій чи меншій мірі) кредитних ресурсів. Не є виключенням у цьому плані і Україна, на території якої було нагромаджено значний історичний досвід функціонування найрізноманітніших форм кредитування безпосередніх товаровиробників, який доцільно, на думку автора цих рядків, використовувати і на сучасному етапі державотворення.

Мова йде про ощадні каси, як джерело кредитування тих, хто у позиках мав потребу, тим більше, що в існуючій літературі цей аспект історії кредиту, на відміну від банків чи ощадно-позичкових товариств, до цього часу не висвітлювався, про що відомо, зокрема, з досліджень С.Б. Коваленка, А.О. Пантелеймоненка, В.Є. Кириченка та ряду інших як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Як свідчать численні праці попередників, кредит, як невід'ємне явище економічного життя України, набрав особливо широкого розмаху в період столипінської аграрної реформи. Поряд із помітними змінами у системі банківських та державних кредитів, після 1906 року з'явилась ціла низка законодавчих актів, які суттєво вдосконалили і розширили дрібне кредитування в тогочасній країні. Особливе місце у цьому відношенні посідав «Закон про видачу з фонду державних ощадних кас позик в основні капітали установ дрібного кредиту і про дозвіл виділяти на потреби цього кредиту деякі селянські громадські капітали» від 21 червня 1910 року, опублікований для широкого загалу 9 липня того ж року [1]. Першою статтею нового законодавчого акту повідомлялось, що віднині державні ощадні каси одержують право видавати позики усім установам дрібного кредиту, для чого державним бюджетом було передбачено 20 млн. рублів. Щоб отримати відповідну позику, кредитне чи ощадно-позичкове товариство повинно було подати клопотання до місцевого відділення Державного банку і через обліково-кредитний комітет при цих конторах отримати бажані кошти. При цьому закон враховував особливості статутів як кредитного, так і ощадно-позичкового товариства. Різниця між згаданими двома видами товариств полягала у наявності (ощадно позичкове), чи навпаки, відсутності (кредитне) паю членів товариства. Законом було визначено мінімальний (10 руб.) і

максимальний (100 руб.) розмір вищезгаданого паю. Проте, як в одному, так і в іншому випадках, максимальний розмір можливого кредиту встановлювався в однаковому розмірі – 1000 руб. Ст. 10 визначала коло можливих членів відповідних товариств, якими могли бути як окремі особи, так і артілі чи інші об'єднання землеробів і ремісників, а також волосні та сільські громади.

Згідно ст. 51 право на позики мали виключно члени даного товариства, які могли розраховувати як на довгострокові, так і короткострокові кредити. Якщо мова йшла про перший з вищеназваних кредитів, то його терміт міг бути не більше 5 років, тоді як короткострокові не перевищували одного року. У випадку несвоєчасного повернення кредиту закон від 21 червня 1910 р. передбачав право товариства не звертатись до суду, а стягувати борг через поліцію чи волосне правління, які повинні були приступити до опису майна не пізніше 7 днів після отримання від товариства відповідної заяви.

У вищезгаданому законі був цілий розділ, яким регулювалися посередницькі операції. Ст. 75 визначала можливу мету посередницької операції, якою могли бути як купівля необхідних членам товариства господарських предметів, так і оренда земельних угідь.

Що ж до розподілу прибутків товариства, то в різних їх типах вони були неоднаковими. Так, у кредитному товаристві ст. 80 було передбачено таке: не менше 20% прибутку зараховувалося до запасного капіталу і не менше 40% – до основного. Усю іншу суму загальні збори розподіляли на свій розсуд. Інші умови закон передбачав для ощадно-позичкових товариств, де у запасний капітал спрямовувалась частина коштів, тоді як інша частина прибутку могла бути використана для винагороди членів товариства, чи спрямована на благодійну допомогу.

Відповідно до закону від 21 червня 1910 р. було внесено ряд змін і до статутів сільських та волосних ощадно-позичкових кас. Нова редакція згаданих статутів була затверджена міністром фінансів 17 липня 1911 р. Подібно до кредитного чи ощадно-позичкового товариства, сільська чи волосна каса мала на меті «полегшити сільським мешканцям умови господарювання, а також купівлю худоби, сільськогосподарських знарядь праці, інструментів, машин, та інших предметів, необхідних для ведення господарства чи інших промислів» [3, с. 262]. Згідно «Зразкового статуту» від 17 липня 1911 р. капітал каси не міг бути меншим за 500 руб. Саме він повинен виконувати функцію гаранта каси за її зобов'язаннями.

Внески до каси могли бути: 1) терміновими; 2) умовними; 3) безстроковими. Поняття «умовні» внески передбачало настання певної події: до повноліття, одруження, поховання тощо.

Якщо говорити про позики, то у редакції статуту каси від 17 липня 1911 р. (ст. 45) право на її отримання могли мати: 1) особи, що мали своє господарство, ремесло чи промисли у складі тих громад, які, власне, і створили відповідну касу; 2) артілі і громади, включаючи і ті, що стали засновником відповідної каси.

Умови видачі позики у сільській (волосній) ощадно-позичковій касі практично не відрізнялися від тих норм права, які були зафіксовані у державних касах. Мова може йти лише про окремі нюанси тих чи інших правових норм. Так, у «Зразковому статуті» від 17 липня 1911 р. були більш детально виписані умови позики на купівлю інвентаря під заставу отриманих предметів, які залишалися у користуванні позичальника (ст. 50 п. 3). Щодо таких позичок слід було дотримуватись належних умов, а саме:

- 1) для кожного купленого предмету складався детальний опис з відповідно його оцінкою у присутності двох свідків;
- 2) якщо вартість купленого за рахунок позички предмету виявиться нижче отриманого кредиту, то правління каси мало право вимагати від позичальника дострокового повернення отриманої суми, або призначити менший термін повернення позички;
- 3) до повної виплати боргу позичальник не мав права заставляти без згоди правління каси, продати чи іншим способом позбуватися набутого за рахунок позики відповідного майна;
- 4) останнє, згідно ст. 56 статуту, мало бути перепродане лише за умови повернення усієї отриманої у касі суми.

Якщо ж відповідне майно переходило до рук особи, яка не мала права на позику ощадно-позичкової каси, то у такому випадку борг не міг бути більшим за половину вартості майна, а терміни його повернення обмежувалися 3 місяцями [2, с. 177].

З усього вищесказаного можна зробити висновок про те, що у роки століпінських реформ уряд тогочасної держави на теренах Наддніпрянської України, як і у інших регіонах імперії, продовжував урізноманітнювати види кредитних ресурсів, залучивши до цієї вкрай потрібної для економіки країни справи навіть ощадно-позичкові каси.

Список використаних джерел

1. Закон о выдаче из сумм государственных касс ссуд в основные капиталы учреждений мелкого кредита и о разрешении обращать на нужды сего кредита некоторые крестьянские общественные капиталы // Собрание узаконений и распоряжений правительства. – 1910 г. – № 118. – Ст. 1297.
2. Образцовый устав сельских, волостных и станичных общественных ссудо-сберегательных касс // Узаконения и распоряжения правительства 29 июня 1911 г. – № 114. – 928 с.
3. Положение об учреждениях мелкого кредита // Свод законов Российской империи. – Т XI. – Часть 2. – СПб.: Гос. типогр., 1912. – 547 с.

Сеник О.О.

магістрант спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Науковий керівник :Хромушина Л.А, к. е. н., доцент

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Фінансова рівновага посідає важливе місце у фінансовому менеджменті. Фінансову рівновагу слід розглядати як особливий фінансовий стан підприємства, який характеризується комплексністю та системністю формування в процесі діяльності підприємства і виявляється у збалансованості його фінансового потенціалу за ступенем ліквідності, рівнем дохідності та ймовірністю банкрутства.

Фінансовій рівновазі підприємства, як усім економічним явищам, властива об'єктивна закономірна зміна під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Втім, процес розвитку фінансової рівноваги має бути врегульований системою фінансового управління підприємства. У цьому криється об'єктивно-суб'єктивна природа фінансової рівноваги підприємства. Підтримка та відновлення фінансової рівноваги – це завдання системи фінансового менеджменту підприємства, успішне вирішення яких, відповідно, означає попередження та подолання розвитку фінансової кризи [1, с. 138].

Традиційно фінансова рівновага розглядається як характеристика стану фінансової діяльності підприємства, при якому потреба в збільшенні обсягу активів підприємства балансується можливостями підприємства щодо формування його фінансових ресурсів. Стан фінансової рівноваги передбачає, що грошові надходження підприємства дорівнюють, або перевищують потребу в капіталі для виконання поточних платіжних зобов'язань.

Узагальнення сучасних теоретико-методичних підходів щодо забезпечення фінансової рівноваги дозволяє зробити висновок, що стан фінансової рівноваги досягається оптимізацією співвідношення між часткою коштів, що капіталізуються, і тією їх часткою, що спрямовується на споживання, а також узгодженням джерел формування та напрямів використання власних фінансових ресурсів, встановленням оптимального співвідношення між внутрішніми та зовнішніми джерелами формування власних фінансових ресурсів, і, як результат, забезпечується підтримання належного рівня платоспроможності та ліквідності суб'єкта господарювання, що досягається шляхом відповідної організації руху грошових потоків у часі та просторі шляхом управління грошовими потоками такого суб'єкта господарювання [2, с. 52].

Завдання забезпечення фінансової рівноваги необхідно вирішувати у процесі управління вхідними та вихідними грошовими потоками, яке має

сформувати спроможність підприємства виконати свої поточні платіжні зобов'язання у необхідні строки. Тому для зменшення ризику банкрутства підприємствам слід забезпечувати фінансову рівновагу на довгостроковий період.

Отже, сучасні реалії господарювання вимагають від підприємства проводити постійну діагностику його фінансового стану, адже лише за умов дотримання рівноважного стану можливе економічне зростання підприємства. Насьогодні фінансова рівновага є важливою складовою забезпечення ефективної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, яка зумовлює рівень його фінансової стійкості, надійності та платоспроможності, мінімізує ризики банкрутства на основі формування оптимальної структури капіталу та його ефективного використання.

Список використаних джерел

1. Гальчинський А.С. Економічна методологія. Логіка оновлення. Київ: АДЕФ-Україна, 2010. 572 с.
2. Васюткіна Н.В. Управління сталим розвитком підприємств: теоретико-методологічний аспект: монографія. Київ: Ліра-К, 2014. 334 с.

Сергеев Ю.Г.

*ст.викладач кафедри бухгалтерського обліку
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Сільське господарство у різні часи залишається найважливішою ланкою народного господарства, для промисловості досліджувана галузь є основним постачальником сировини, а для населення та домогосподарств – продуктами харчування. Безперечно, будь-яке підприємство аграрної сфери функціонує задля отримання прибутку. Проте, останнім часом вітчизняні сільськогосподарські і підприємства демонструють не найкращі результати своєї фінансово-економічної діяльності, внаслідок чого на внутрішньому споживчому ринку дедалі частіше з'являється імпортована продукція. За таких умов розвитку сільське господарство може втратити своє стратегічне значення, з яким пов'язана економічна та продовольча безпека країни. Тому використання нових принципів управління прибутком в діяльності підприємств може стати для товаровиробників сільськогосподарської галузі джерелом реального фінансування, а для держави – однією зі складових формування доходної частини бюджету через збільшення податкових платежів.

Проведені дослідження дають підстави стверджувати, що прибуток має досить вагоме значення в аграрному секторі економіки. Проте, недостатній

рівень прибутковості галузі є результатом неврахованих особливостей управління прибутком, які віддзеркалюють як невирішені загальнодержавні питання підприємств аграрної сфери, так і нівелювання внутрішніх виробничих можливостей з боку товаровиробників.

Зі стрімким розвитком економічних відносин одночасно поглиблюються теорія і практика досліджень такого економічного поняття як прибуток, що є результатом ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства і визначається як різниця між сукупними доходами та сукупними витратами, відображаючи якісну складову загальної системи управління суб'єктом господарювання, пов'язаної зі швидким реагуванням та адаптацією на зміни мінливого зовнішнього і внутрішнього економічного середовища.

За результатами маржинального аналізу було встановлено математичну залежність прибутку від реалізації окремого виду продукції від обсягу її реалізації, ціни, а також змінних та постійних витрат одиниці продукції. Відмітимо, що серед головних резервів підвищення прибутковості галузі є можливість зниження постійних операційних витрат, оскільки галузь аграрного сектору економіки є однією з ланок народного господарства, яка контролюється державою – встановлюються верхні та нижні межі цін.

Розвиток економічного середовища в умовах сьогодення вимагає від його учасників задля ефективності операційної, інвестиційної, фінансової та інших видів діяльності нових підходів до управління прибутком. Основній операційній діяльності, яка є генератором чистого прибутку сільськогосподарських підприємств, приділяється особлива увага, що зорієнтована на виявлення резервів зниження операційних витрат та підвищення прибутковості в цілому

Доведено, що організаційно-економічні основи управління прибутком визначаються, з одного боку, ефективним використанням праці, землі, капіталу, а також державних дотацій тощо, а з іншого – отриманням доходів власниками ресурсів (заробітної плати, орендної плати, відсотку на капітал, податкових платежів) як на етапі формування чистого прибутку, так і на етапі його використання (виплата дивідендів засновникам, матеріальних заохочень працівникам тощо).

З'ясовано, що сучасна інтерпретація поняття «управління прибутком» майже не враховує головну функцію менеджменту – планування, яке є підґрунтям до виконання його подальших функцій – організації, мотивації та контролю. Відповідно, управління прибутком необхідно розуміти як набір управлінських рішень, пов'язаних з плануванням, організацією виробництва та контролем за формуванням доходів і витрат, що дозволить отримати чистий (бухгалтерський) прибуток і використати його на цілі, які б враховували економічні інтереси всіх учасників процесу управління прибутком у межах підприємства.

Проаналізувавши досліджувані господарства встановлено, що рівень

ефективності управління прибутком в цілому по підприємству обґрунтовано визначати на основі коефіцієнта ефективності управління прибутком, який буде враховувати величину чистого фінансового результату, а головне - інтегральну оцінку фінансово-економічної стійкості, яка пов'язана з ефективністю виробничої, фінансової, маркетингової діяльності через визначення коефіцієнтів автономії, ліквідності, оборотності оборотних активів, операційного левериджу та частки ринку.

Встановлено, що до особливостей управління прибутком сільськогосподарських підприємств відносять нерівномірність отримання доходів підприємства протягом операційного періоду, що пов'язано з сезонністю виробництва та наявністю диспаритету цін.

Список використаних джерел

1. Гаватюк Л.С. Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення / Л.С. Гаватюк, Н.В. Дармограй, Г.М. Хімйчук // Молодий вчений. – 2016. - № 1 (28). – С. 40-43.
2. Гладка Л.І. Управління прибутком в сучасних умовах / Л.І. Гладка, М.О. Домашенко, М.В. Ковальова // Економіка і регіон : Наук. вісник Полтав. техн. ун-ту ім. Ю. Кондратюка. – 2012. – №1(32). – С. 195 – 198.
3. В.М. Жмайлов, О.Г. Жмайлова, О.О. Бабицька, Ю.І. Данько, Л.В. Слюсарева // Організаційно-економічні основи управління прибутком сільськогосподарських підприємств: монографія. – Суми: СНАУ, 2014. – 408 с.
4. Жмайлова О.Г. Оцінка вартості сільськогосподарського підприємства на основі показників його прибутковості / О.Г. Жмайлова, О.О. Бабицька // Інноваційна економіка. - 2013. - № 5(43). - С.70-72.
5. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І.Ю. Єпіфанова, В.С. Гуменюк // Економіка та суспільство. – 2016. – № 3. – С. 189-192.

*Сердюк О.І., к. е. н., доцент, професор кафедри управління та адміністрування ПДАА, м. Полтава, Україна,
Аванесов С. Г., здобувач СВО Магістр, ОПП Зв'язки з громадськістю, спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування*

УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Системний аналіз українських та зарубіжних наукових джерел дав підстави стверджувати, що питання надання адміністративних послуг, зокрема на місцевому рівні, є актуальним для багатьох країн світу. Одночасно це питання набуває особливого значення в умовах реалізації реформи державного управління та реформи місцевого самоврядування. У зв'язку із цим одним з основних завдань реформи місцевого самоврядування в Україні є

удосконалення надання адміністративних послуг відповідно до встановлених державних стандартів та забезпечення принципу територіальної доступності.

Станом на початок 2019 р. в Україні функціонувало 778 ЦНАП, 440 з яких утворено районними державними адміністраціями, 338 – органами місцевого самоврядування. Протягом 2018 р. в Україні створено 47 нових ЦНАП, переважна більшість з них в ОТГ [1].

У 2018 р. через ЦНАПи надано 14 млн. послуг, 57 тис. послуг надається щодня, загальний обсяг наданих через адміністративних послуг збільшився на 23 % у порівнянні з 2016 р.

Протягом 2017-2018 рр. у розвитку мережі центрів надання адміністративних послуг відбулися також такі позитивних зміни:

розширення переліку послуг центральних органів виконавчої влади, що можуть надаватись через ЦНАП;

підтримка розвитку інфраструктури мережі ЦНАП та їх спроможності забезпечувати надання якісних послуг громадянам в рамках програм і проектів міжнародної технічної допомоги;

запровадження нових ефективних підходів та форм організації роботи ЦНАП (мобільні ЦНАП, міськрайонні ЦНАП, надання послуг за моделлю життєвих ситуацій, тощо) [2].

Для забезпечення територіальної доступності послуг на Полтавщині створено та функціонують 40 ЦНАП, з них 25 ЦНАП в районах, шість – у містах та дев'ять в ОТГ. Прикладами сучасних ЦНАП є центри у Кременчуці, Пирятинській, Глобинській, Омельницькій ОТГ.

Серед причин низької доступності найбільш затребуваних послуг варто вказати: відсутність належної співпраці між органами виконавчої влади, що є суб'єктами надання цих послуг, та органами, що утворили ЦНАП; не використання ними механізму узгоджених рішень для надання послуг; нестача кадрових і фінансових ресурсів; опір з боку окремих центральних органів виконавчої влади, розбудова ними паралельних відомчих мереж сервісних центрів (як у випадку з МВС та ДМС) [2].

Важливість питань розвитку взаємодії та співробітництва між владою й громадою з питань надання адміністративних послуг змушує шукати напрями співпраці громадськості з органами місцевого самоврядування та ЦНАП щодо покращення роботи останніх з надання адміністративних послуг як на етапі створення ЦНАПу так і на етапі удосконалення його діяльності.

Підвищенню якості послуг має сприяти дієвий громадський моніторинг діяльності ЦНАП. При цьому рекомендовано скористатися критеріями та Методикою моніторингу організації та діяльності ЦНАП, розробленими Центром політико-правових реформ [3].

З огляду на практику функціонування ЦНАП в Україні доцільно запровадити низку тренінгів, котрі спрямовані на досягнення підвищення професійності адміністраторів ЦНАП Полтавської області. Як базу для реалізації доцільно використати тренінги, які реалізовувалися в рамках

Програми «U-LEAD з Європою» в інших регіонах. Також, варто запровадити систематичні психологічні тренінги.. З метою забезпечення високого рівня культури ділового спілкування адміністраторів ЦНАП актуальним є тренінг «Комунікативний інструментарій успішного адміністратора ЦНАП», організований в рамках реалізації освітнього компоненту швейцарсько-української Програми EGAP. Цільовими регіонами програми були Дніпропетровська, Одеська, Волинська та Вінницька області. Програма тренінгу передбачає викладення когнітивно-, мовно, емотивно-комунікативних інструментів успішного адміністратора ЦНАПу.

Розбудовувати процес зовнішніх комунікації ЦНАП потрібно через газети та журнали, радіо-ефіри, рекламу у громадському транспорті, зовнішню рекламу, рекламну поліграфію, інтернет, соціальні медіа. Оскільки у ЦНАП п'яти громад і виконавчого комітету однієї міської ради Полтавської області веб-сторінок взагалі не існує, а на інших інформація є недостатньою а її розташування є незручним для користувачів існує нагальна потреба: створити веб-сторінки ЦНАП на сайтах Клепацівської, Засульської, Новознам'янської сільських рад, Скороходівської селищної ради, Гадяцької міської ради; забезпечити розміщення на веб-сторінках сайтів ОТГ усього спектру достовірної й чіткої інформації; забезпечити на веб-сторінці/сайті можливість у заявника контролю руху справи.

Таким чином, удосконалення надання адміністративних послуг на місцевому рівні потребує: розвитку співпраці громадськості з органами місцевого самоврядування та ЦНАП щодо покращення роботи останніх з надання адміністративних послуг; формування системи дієвого громадського моніторингу за діяльністю ЦНАП; більш активного використання можливостей співробітництва територіальних громад; підвищення професійності адміністраторів ЦНАП; розвитку зовнішніх комунікації ЦНАП (як комунікації з метою інформування так і комунікації з метою надання публічних послуг). Згадане сприятиме перетворенню ЦНАП в сучасну модель спілкування влади і громадян, влади і бізнесу.

Список використаних джерел

1. Інформаційні та аналітичні матеріали з питань створення центрів надання адміністративних послуг документи. *Міністерство економічного розвитку та торгівлі. Офіційний веб-сайт.* URL : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=f344936a-5eb0-482d-ae5a4575bf03e91a&tag=InformatsiiniTaAnalitichniMaterialiZPitanStvorenniaTsentrivNadanniaAdministrativnihPoslugDokumenty> (дата звернення: 04.02.2019).

2. Створення та функціонування центрів надання адміністративних послуг: актуальні проблеми та шляхи їх вирішення. Аналітична записка. Національний інститут аналітичних досліджень. URL : <http://www.niss.gov.ua/articles/3094/> (дата звернення: 04.02.2019).

3. Практичний посібник «Діяльність ЦНАП та оцінка якості надання адміністративних послуг». URL : <https://old.decentralization.gov.ua/>

pics/attachments/Posibniik_CNAP.pdf (дата звернення: 04.02.2019).

Сидоренко Л. О.

здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» спеціальності «Облік та оподаткування»

Науковий керівник: Єгорова О.В.,

доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес давно став незамінним та домінуючим у світовій економіці, адже забезпечує не тільки велику кількість робочих місць, необхідну для ринку, але збільшення ВВП. Малий бізнес швидко реагує на зміни і потреби ринку, пропонує різноманітний товар або послуги, має високу ефективність капіталовкладень і прибутковість [1].

До суб'єктів малого підприємництва в Україні відносяться:

– фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [4].

Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств, та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв:

– балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро;

– чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 мільйонів євро;

– середня кількість працівників – до 50 осіб [2].

За даними Державної служби статистики України, у структурі вітчизняного підприємництва за розміром підприємств станом на початок 2017 року частка малих підприємств становила 291 154 одиниць, тобто 95,5% від загальної кількості. Частка середніх та великих підприємств становила 4,4% (14 832 од.) і 0,1% (383 од.) відповідно [3].

Ведення малого бізнесу в Україні ускладнюється багатьма факторами.

1. Недостатнє фінансування програм розвитку малого підприємництва.

2. Нецільове використання грошових коштів, що зумовлено недостатнім контролем.

3. Висока вартість кредитних ресурсів, дозволити їх собі можуть не усі.
[5].

4. Відсутність ефективно функціонуючої системи дієвої взаємодії великого та малого підприємництва на місцевому (регіональному) рівні.

5. Низька купівельна спроможність населення, зміна попиту на ринку і, зниження обсягів продажів.

На сьогодні, уряд України визнає мале підприємництво провідною силою в здоланні негативних тенденцій в економіці і у сталому розвитку суспільства.

Для покращення розвитку малого бізнесу пропонуємо такі заходи:

– формування підтримки малого бізнесу з наданням консультаційних послуг;

– створення пільг для суб'єктів малого бізнесу;

– надання кредитів, створення гарантійного фонду і часткової компенсації відсоткових ставок по кредитах, пов'язаних з реалізацією інноваційних проектів;

– спрощення системи оподаткування, обліку і звітності;

– допомога для розробок та реалізацій наукових, технічних, соціальних, економічних програм.

Отже, допомога представникам малого бізнесу в Україні залишається на низькому рівні. Потрібно здійснити системну підтримку та механізм взаємодії між державою та підприємцями, зацікавленими в розвитку свого бізнесу. Це допоможе створити здорову конкуренцію та зменшення монополій, збільшить обсяг роздрібного товару та дасть безліч робочих місць, наповнить державні та місцеві бюджети.

Список використаних джерел

1. Галь В. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні // Вісник Національного банку України. – 2003. – № 1. – С. 13-15.

2. Господарський кодекс України. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

3. Державна Служба статистики України. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність. № 996-XIV редакція від 19 квіт. 2018 р. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

5. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підруч. Для студ. вищ. навч. закл. / О. С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

6. Проблеми малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://yasno-group.com/ua/проекти/аналітика/проблеми_малого_бізнесу_в_україні/

Сидоренко Л. О.

здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» спеціальності «Облік та оподаткування»

Науковий керівник: Тютюнник С. В.,

к.е.н., доцент, професор кафедри організації обліку та аудиту

Полтавська державна аграрна академія

М. Полтава, Україна

СМІТТЯ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА ЛЮДСТВА

Глобальні проблеми людства (глобальні проблеми, глобальні проблеми сучасності) — комплекс проблем і ситуацій, що зачіпають життєві інтереси всіх народів світу, характеризуються динамізмом і вимагають для свого розв'язання колективних зусиль світової громадськості (екологічні проблеми, перегони озброєнь, хвороби і т. д.), від вирішення яких залежить подальший прогрес людства і збереження цивілізації [2].

На сьогоднішній день одна з найважливіших проблем людства — це забруднення навколишнього середовища сміттям. Щороку обсяги споживання збільшуються, отже збільшується і кількість відходів. Проблема сміттевого забруднення була завжди, але ситуація різко погіршилась минулого століття. Людство почало масово використовувати пластмасу та різноманітні синтетичні матеріали, які мають довгий час розпаду. Сортуння сміття — це найбільш сталий і розумний спосіб поводження з побутовими відходами [3].

Коли сміття скидається до купи — сміття стає жахливою проблемою. Як тільки сміття розділюється на однорідні елементи — стає безцінним ресурсом.

Швеція є одним зі світових лідерів, що використовують технологію «енергія-зі-сміття» (waste-to-energy). Близько 2,5 мільйонів тон сміття щороку спалюється для вироблення електрики або тепла. У країні — десятки сміттєпереробних заводів та «смітєвих» електростанцій. Вони забезпечують енергією близько мільйона сімей — чимало як для 10-мільйонної країни. Таке місто як Мальме 60 % своєї енергії бере з відходів. 99 % сміття в країні використовується або як паливо для електростанцій, або як сировина для виробництва.

У Відні, столиці Австрії, сміттєспалювальний завод став теплоелектростанцією.

Британія є одним із світових лідерів в іншій технології: перетворенні харчових відходів на енергію. Для цього застосовується так зване «анаеробне розщеплення» (використання бактерій для переробки харчових відходів і отримання біогазу та біодобрива). На спеціальному заводі перекривається доступ кисню, в результаті чого розмножуються бактерії, що розщепляють залишки їжі. За оцінками британського уряду, в середньому подібний завод може виробляти енергії розміром у 200 кВт-год. з однієї тонни сміття.

Сингапур є одним із прикладів країн, які перетворили свої проблеми на свої переваги. Маленька країна з браком землі просто не могла собі дозволити великих сміттєзвалищ. Тому вона стала будувати енергоблоки на смітті.

Сьогодні вони спалюють понад 8 тисяч тон сміття на день, що дозволяє зменшити його обсяги на 90%. Те, що не спалюється (наприклад, метали) – продається. Завдяки «сміттєенергії» Сингапур виробляє 2500 МВт-годин електрики на день [1].

Сортувати тверді побутові відходи диктує Закон України «Про відходи». Зокрема пункт «і» статті 32 говорить, що «...з метою обмеження та запобігання негативному впливу відходів на навколишнє природне середовище та здоров'я людини забороняється з 1 січня 2018 року захоронення неперероблених (необроблених) побутових відходів».

Наразі на Полтавщині близько 670 сміттєзвалищ. Проте лише 10 % від цієї кількості буде достатньо для задоволення потреб населення. Тому більшість із них місцева влада має ліквідувати згідно з інструкціями. Інші звалища потрібно паспортизувати [5].

На 2017-2021 роки Обласна рада в Полтавській області затвердила комплексну програму поводження з твердими побутовими відходами.

На Полтавщині у сфері поводження з побутовими відходами просунувся Миргород. Миргородці з 2006-го року сортують сміття на три фракції: ПЕТ-пляшки, скло та макулатуру. Видаленням та сортуванням сміття в Миргороді займається комунальна установа «Спецкомунтранс». По місту, у секторі багатоповерхівок, поряд зі звичайними сміттєвими баками, розташовані близько сотні контейнерів для сортування. Серед них є контейнери типу «депо», які обмежують вилучення вторсировини з баків. Приватний сектор поки не сортує [4].

Незважаючи на те, що більшість країн займаються пошуком боротьби зі сміття, проблема все рівно залишається. Щоб допомогти вирішити цю глобальну потребу потрібно навчитись правильно поводитись зі сміттям:

- необхідно розділяти сміття у два відра – одне для органічних відходів, інше для решти, що можна буде переробити;
- вимагати щоб влада організувала у місцях збору сміття спеціальні баки;
- сортувати сміття та здавати в пункти прийому макулатури, склотару, поліетилену, пластмаси;
- купувати менше непотрібних товарів, таких як пакети, пляшки [6].

Список використаних джерел

1. Без сміття: хто у світі навчився жити без відходів. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/pererobka-smitty-a-u-sviti>.
2. Глобальні проблеми людства. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Глобальні_проблеми_людства.
3. Джигирей В. С. Екологія та охорона навколишнього природного середовища : навч. посіб. / В. С. Джигирей. – К. : Знання, 2000.
4. Обласна влада Полтавщини та голови ОТГ вирішують проблему зі сміттєзвалищами. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

<https://poltava.to/project/3275/>.

5. Сортувати не можна викидати: коли в Полтаві поставлять крапку після першого слова. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zmist.pl.ua/analytics/sortuvati-ne-mozhna-vikidati-koli-v-poltavi-postavlyat-krapku-pislya-pershogo-slova>.

6. Утилізація побутових відходів. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://8next.com/referat/2278-ref02.html>.

Сироїд Т.С.

*здобувач вищої освіти СВО «Магістр», спеціальність «Економіка»,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

Загребельна І.Л.

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Поняття «розміщення галузей сільського господарства» знаходиться в тісному взаємозв'язку з поняттями «спеціалізація» і «концентрація». По суті спеціалізація виробництва є проявом на практиці поняття «розміщення».

Спеціалізація окремої сільськогосподарської організації регіону виражається в зосередженні її економічних ресурсів на виробництві певного виду продукції, умови для виробництва якої в даному регіоні найбільш сприятливі з точки зору мінімізації витрат на виробництво і реалізацію того чи іншого продукту.

Разом з тим спеціалізація, має обмеження в своєму розвитку, межі, за якими починає знижуватися її ефективність. Якщо для промислових підприємств це перш за все втрата керованості об'єкта, то для сільськогосподарських організацій в цьому випадку додаються втрати від просторової розпорошеності об'єктів управління, зниження ефективності використання сільськогосподарської техніки та транспортних засобів.

Отже, проаналізуємо стан галузевої структури сільськогосподарських підприємств Полтавської області, розглядаючи частково склад основних підгалузей в загальному обсязі сільськогосподарського виробництва і порівнюючи досягнуті значення з оптимальними, в якості яких прийняті показники, що характеризують успішність розвитку аграрного сектора в попередні періоди (табл. 1).

Таблиця 1

**Структура продукції сільського господарства за її видами в
Полтавській області, 2013-2017 рр., %**

Назва продукції	Роки					2017 р. до 2013 р. (+;-)
	2013	2014	2015	2016	2017	
Продукція рослинництва	76,6	75,4	77,4	77,8	74,2	-2,4
Культури зернові та зернобобові	37,5	33,1	34,2	35,6	31,4	-6,1
Культури технічні	22,1	22,7	24,9	25,5	24,3	2,2
Картопля, культури овочеві та баштанні продовольчі	12,6	15,1	14,5	13,3	13,6	1
Культури плодові та ягідні, виноград	2,5	2,3	2,3	1,7	2,8	0,3
Культури кормові	1,9	1,9	1,8	1,6	1,5	-0,4
Інша продукція та зміна обсягів незавершеного виробництва	0	0,3	0,3	0,1	0,6	0,6
Продукція тваринництва	23,4	24,6	22,6	22,2	25,8	2,4
Вирощування сільськогосподарських тварин	8,2	8,5	7,8	7,9	8,5	0,3
Молоко	12,5	13,3	12,1	11,7	14,0	1,5
Яйця	1,9	1,9	1,9	1,9	2,4	0,5
Інша продукція	0,8	0,9	0,8	0,7	0,9	0,1

На сьогоднішній день постійно збільшуються обсяги виробництва продукції рослинництва, в той час як в тваринництві відбуваються пасивні звужуючі процеси.

В 2017 р визначилися нові структурні орієнтири: 74,2 % від загального обсягу сільськогосподарського виробництва доводилося на рослинництво і 25,8 % – на тваринництво. Причини структурних змін пов'язані зі змінами ринкової кон'юнктури, техніко-технологічними характеристиками виробництва, ступенем конкурентоспроможності галузей сільського господарства.

Зокрема, істотне скорочення валового виробництва продукції тваринництва пояснюється тим, що дана галузь використовує у виробництві продукти самого сільського господарства і тому знаходиться в залежності від умов відтворення інших підгалузей. Також незначна кількість підприємств, що займаються виробництвом тваринницької продукції, мають комплексну механізацію та автоматизацію виробничих процесів, застосовують індустріальні технології і раціональні форми організації праці, забезпечуючи економічну ефективність.

Ціни на продукцію рослинництва зростають швидшими темпами, ніж на продукцію тваринництва. Відмінності в ціновій динаміці були наслідком не однаковою мірою еластичності відповідних ринків. Все це призводило до зміщення економічних інтересів товаровиробників і виражалося структурними зрушеннями, які призвели до відчутних економічних і соціальних втрат.

Список використаних джерел:

1. Саблук П. Состояние и перспективы развития агропромышленного комплекса Украины / П. Саблук // Экономика Украины. – 2008. – № 12. – с.4.
2. Статистичний щорічник Полтавської області за 2017 рік / за ред. Л.М. Безхлібняк. Полтава: Головне упр. стат. у Полт. обл., 2018. – 352 с.

Сиротюк Г.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки

Львівський національний аграрний університет

м. Львів, Україна

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Соціальне підприємництво є важливим інструментом для реалізації Глобальних цілей сталого розвитку і направлене на пошук ефективних механізмів вирішення соціальних та екологічних проблем. Поняття «соціальне підприємництво» і «сталий розвиток» доцільно розглядати паралельно, оскільки ці два поняття появилися в нашій країні одночасно у кінці ХХ ст. та покликані вирішувати одні і ті ж проблеми, але на різних рівнях. Так, соціальне підприємництво розглядаємо на локальному рівні, а сталий розвиток – на глобальному.

У сучасних умовах соціальне підприємництво можна розглядати як підприємницьку діяльність, яка спрямована на розв'язання соціально важливих проблем, які стосуються як покращення навколишнього природного середовища, так і забезпечення соціальних потреб населення. Соціальні підприємці не ставлять за мету максимізацію прибутку, а займаються накопиченням соціального капіталу.

Проте, нині в Україні існує низка чинників, які стримують розвиток соціального підприємництва, а саме: недостатня поінформованість суспільства щодо соціальних підприємств; недосконала нормативно-законодавча база для функціонування соціальних підприємств; не високий рівень знань та навичок у соціальних підприємців тощо.

Актуальність розвитку соціального підприємництва на сьогодні посилюється ще й у зв'язку з реформою децентралізації. Адже створення об'єднаних територіальних громад вимагає пошуку нових інструментів та механізмів вирішення соціально-економічних проблем. Саме соціальне підприємництво спроможне забезпечити соціальний розвиток громад через покращення соціальної інфраструктури, надання різного роду соціальних послуг, створення нових робочих місць, а також сприяє покращенню фінансового стану громад, оскільки соціальні підприємства, крім податків, які сплачують у бюджет громади, частину коштів направляють на соціальні потреби (благодійність, соціальні проекти).

Можна виділити три основні характеристики соціального підприємства:

- 1) торгівля – життєздатність цих підприємств досягається через торговельну/комерційну діяльність;
- 2) соціальне призначення – діяльність побудована на соціальних цілях, а саме створення нових робочих місць, проведення тренінгів тощо;
- 3) соціальна власність – перебувають у власності громад.

Соціальне підприємництво як суспільне явище з'явилося у країнах Європи ще у XVIII ст., а його легалізація як соціального інституту відбулася у XIX ст. У 70-х роках в країнах Європи термін «соціальне підприємство» трактували як юридично зареєстрована організація, яка перебуває у спільній власності та контролі членів цієї організації, й заснована на принципах рівної частки власності. В основі соціального підприємства лежать наступні принципи: підприємство перебуває у спільній власності його членів, основою якої є рівний розподіл акцій; членство визначається статутом організації; демократичне прийняття рішень; доходи інвестуються в підприємство та/або спрямовуються на соціальні та екологічні цілі; підприємство може отримувати як власні доходи, так і гранти; підприємство проводить як комерційну діяльність, так і соціальні заходи; комерційні, соціальні, екологічні здобутки оцінюються фінансовим та соціальним аудитом; соціальне підприємство спрямоване на створення суспільного багатства, а не на отримання приватного капіталу [1, с. 4-5].

Соціальним підприємствам відводиться значне місце в економіці, вони як підприємства повинні бути стійкими у фінансовому відношенні, а як організації – орієнтовані на досягнення соціальних цілей.

Проте, в сучасних умовах, Україна має слабкі механізми розвитку та підтримки соціального підприємництва, що ускладнює можливості створення соціальних підприємств та становлення громадського суспільства. Тому соціальне підприємництво є гібридною моделлю ведення бізнесу з урахуванням специфічних умов бізнес-середовища та відносин зі стейкхолдерами.

За соціального підприємництва підвищується роль інновацій, оскільки вирішуються нові соціальні проблеми, яких раніше не існувало або не було знайдено за ними рішення та наявні проблеми суспільства інноваційними способами. Крім того, соціальне підприємництво спрямовано на вирішення проблем енерго- та ресурсозбереження як базису сталого розвитку суспільства, що передбачає впровадження інноваційних розробок [2].

У створенні й розвитку соціальних підприємств важливу роль має відігравати держава, причому насамперед, необхідно розробити спеціальну законодавчу базу, відповідну програму розвитку з визначеними пріоритетами фінансової підтримки, створити інструменти залучення бізнесу й громадських організацій для розвитку соціального підприємництва.

В Україні поки що не має основоположного Закону про соціальне підприємництво. Запропонований проект Закону України «Про соціальні підприємства» від 23.04.2015 р., так і не був прийнятий. Також, пропонувалося

створити Міжвідомчу комісію з питань державної підтримки соціальних підприємств, яка б визначала статус «соціальності» підприємства та його відповідність умовам на отримання податкових пільг [3].

Нині, на законодавчому рівні певні аспекти діяльності соціальних підприємств регулюються окремими положеннями Господарського кодексу України, Законів «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», «Про акціонерні товариства», «Про кооперацію». У Законі «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні» зазначається, що громадські організації людей з інвалідністю можуть створювати господарські підприємства і заробляти на цьому гроші [4]. Це можна вважати прототипом соціальних підприємств.

Крім того Програмою соціального інвестування WNISEF розроблено механізм пільгового кредитування соціальних підприємств, який реалізується спільно з комерційними банками-партнерами [5, с. 107].

Проте, потрібно на майбутнє прийняти Закон України про соціальне підприємництво, який повинен містити тлумачення основних понять та механізмів його функціонування та регулювати діяльність соціальних підприємств різних організаційно-правових форм. Для цього необхідно використати позитивний європейський досвід правового регулювання діяльності соціальних підприємств.

Отже, сучасний стан розвитку економіки потребує впровадження ефективних бізнес-моделей на основі їх сталого розвитку і соціальне підприємництво є одним із інструментів його забезпечення.

Список використаних джерел

1. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва. 2011. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.british-council.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriiemstva.pdf.
2. Смачило В.В., Халіна В.Ю. Соціальне підприємництво як інтегративний інструмент сталого розвитку України: Європейський досвід. Інфраструктура ринку. Економіка та управління національним господарством. Випуск 7. 2017. С.76-82.
3. Проект Закону України «Про соціальні підприємства» від 11 березня 2013р. № 2508. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc/2.nsf/link1/JG1XO00A.html.
4. Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні: Закон України від 21 березня 1991 р. № 875-XII [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/875-12/page>.
5. Давидовська, Г. І. Проблеми соціального підприємництва в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 7 Ч. 1. С.106–109.

Сільченко І.А.

ст.викладач кафедри економіки і фінансів

Бердянський університет менеджменту і бізнесу

м.Бердянськ, Україна

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

На сьогодні основним завданням України є глибоке коригування економіки, мета якого – не просто економічне зростання, а набуття ним соціальної природи як основи стабільного економічного росту. Труднощі становлення ринкових відносин пов'язані з процесами зниження рівня НТП в Україні, який повинен бути головним фактором підвищення інноваційної активності вітчизняних підприємств. Обговорюючи проблему необхідності активізації інноваційного сектора економіки, слід зазначити, що в останні роки урядом прийнято багато постанов та рішень, державних програм, спрямованих на підвищення інноваційної результативності підприємств, однак більшість з них не вдалося реалізувати в повному обсязі в реальній економіці. В цих умовах виникають економічні суперечності між інтересами держави та підприємствами, орієнтованими на інноваційний шлях розвитку, розв'язання яких потребує ґрунтовних досліджень.

Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств України вимагає формування інноваційної політики з урахуванням сучасних тенденцій розвитку в інноваційній сфері. Використання і комерціалізація результатів наукових досліджень є необхідною умовою випуску на ринок нових товарів і послуг, що дозволить підвищити рівень інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств та посилити їх конкурентні позиції як на внутрішньому, так і на світовому ринках.

Інноваційний розвиток підприємств є чи не однією з основних потреб національної економіки. Загальновідомо, що основною метою здійснення підприємницької діяльності є максимізація прибутку як основного показника активності підприємств. Інноваційна активність підприємства відіграє в цьому чи не одну з найголовніших ролей.

Найважливіші проблеми та перешкоди для інноваційного розвитку підприємств це недостатня кількість фінансових ресурсів, що використовують суб'єкти інноваційної діяльності, недосконала інфраструктура інноваційного ринку, низький рівень стимулювання та програмування інноваційної діяльності законодавством України, недостатнє поширення інформації для суб'єктів інноваційної діяльності [1].

Упродовж 2017р. наукові дослідження і розробки в Україні виконували 963 організації, 45,8% з яких відносилися до державного сектору економіки, 39,0% – підприємницького, 15,2% – вищої освіти. [2].

В Україні нараховується більше 47747 промислових підприємств, що складає 13,1% від їх загальної кількості. У 2017 р. питома вага промислових

підприємств, що впроваджували інновації становив 14,3%, що на 2,3% менше за 2016 рік.

Найбільша кількість інноваційно-активних підприємств знаходиться в Києві, Харківській, Запорізькій, Миколаївській та Львівській областях. Варто зазначити, що в Україні майже 60% інноваційної продукції створюють підприємства, що належать до галузей виробництва третього та четвертого технологічних укладів [4]. У той час, як у розвинених країнах світу понад 90% інвестицій вкладається у п'ятий та шостий технологічні уклади [3].

На сьогодні в країнах Європейського Союзу (ЄС) питома вага підприємств, що займаються інноваційною діяльністю становить близько 53%. Найбільша кількість інноваційних підприємств, серед країн ЄС, знаходиться у Німеччині (79,3%), найменша – в Болгарії (27,1% до загальної кількості підприємств) [3].

Підприємства промисловості недостатньо використовують потенціал впровадження нетехнологічних інновацій (організаційних і маркетингових). До маркетингових інновацій відносять впровадження нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або в призначенні ціни продажу, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу. Питома вага промислових підприємств, що впроваджували маркетингові інновації, протягом 2010-2015 рр. не перевищувала 4% (3,1%) [5].

Організаційною інновацією визнається впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків. У 2015 р. організаційні інновації здійснювали 147 промислових підприємств, маркетингові 178 підприємств. Низький рівень впровадження нетехнологічних інновацій на промислових підприємствах України свідчить про недостатню увагу промислових підприємств до впровадження сучасних методів корпоративного управління та вироблення комплексних стратегій управління бізнесом [6].

Динаміка частки реалізованої інноваційної продукції, починаючи з 2010 р., має спадний характер, що можна пояснити зниженням споживчого попиту на продукцію промислового призначення як в період фінансово-економічної кризи, так і в посткризовий період [4].

Важливим є визначення основних методів фінансового забезпечення інноваційної діяльності, які виділяє більшість науковців, з урахуванням особливостей їх використання для успішного розвитку підприємництва. Метод самофінансування доцільний для невеликих реальних проектів, для яких важко визначити термін окупності та рівень дохідності, він може забезпечуватись за рахунок чистого прибутку та амортизаційного фонду підприємств. Акціонування використовується для великих проектів зі значними термінами окупності витрат, а також за галузевої та регіональної

диверсифікації та реалізується за рахунок емісії акцій. Кредитне фінансування буде ефективним для невеликих короткострокових проектів з високою нормою рентабельності інвестицій за використання цільових облігаційних позик, кредитів банків, боргових зобов'язань юридичних та фізичних осіб. Бюджетне фінансування можна здійснювати за допомогою бюджетного кредиту, закріплення в державній власності частини акцій створюваних акціонерних товариств, відшкодування частини вкладених ресурсів. Лізинг використовується для модернізації або реконструкції підприємства з високим ступенем зміни технології за рахунок коштів від передавання рухомого та нерухомого майна у тимчасове користування. Проектне фінансування забезпечить бажаний результат для реалізації довгострокових великих проектів розвитку інфраструктури промисловості, а також надання комунальних послуг із використанням специфічних фінансових інструментів та може фінансуватись за кошти банківського, комерційного, державного чи міжнародного капіталу. Венчурне фінансування реалізується за рахунок великих та міжнародних компаній, банків, страхових та пенсійних фондів, приватних інвесторів для довгострокових ризикових проектів [5].

Підприємства мають можливість збільшувати обсяг реалізації продукції різними шляхами, зокрема, випускаючи нову продукцію, яка раніше не випускалась, або удосконалюючи стару продукцію за допомогою інновацій. Також підприємства за допомогою інновацій можуть ставати набагато конкурентнішими на ринку та матимуть змогу встановлювати ціни на продукцію на високому рівні, що сприяє максимізації прибутку. З метою скорочення виробничих витрат підприємства можуть використовувати нове високотехнологічне обладнання, яке пришвидшить процес виробництва [6].

Чинниками неспроможності підприємств провадити інноваційну діяльність є ціновий фактор, тобто недостатнє фінансування цієї сфери і високий рівень витрат та ще багато інших факторів.

Вирішення проблем інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств потребує: розробки та реалізації дієвих програм підтримки та стимулювання інноваційного розвитку на державному рівні; надання державних гарантій щодо проектів, які передбачають впровадження сучасних технологічних процесів, у тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних; створення сприятливого інвестиційного клімату, що дозволить залучати кошти іноземних інвесторів із світового фінансового ринку, загальний обсяг активів якого у декілька разів перевищує світовий ВВП.

Основними напрямками, які могли б забезпечити Україні вихід на світовий ринок за допомогою інновацій та покращити її внутрішнє становище, є: запровадження системи пільг для підприємств, які впроваджують інновації та реалізують інноваційну продукцію; встановлення системи прогресивного оподаткування для підприємств, які випускають застарілу та неконкурентоспроможну продукцію; відновлення роботи Державного інноваційного фонду; розроблення системи кредитного забезпечення;

стимулювання іноземних інвестицій; формування ефективної нормативно-правової бази, яка стосується інноваційної та наукової діяльності; намагання переорієнтувати зовнішньоекономічну діяльність на високотехнологічний експорт. Держава повинна виходити на стратегічний напрям розвитку економіки, а не орієнтуватись на короткострокову вигоду.

Список використаних джерел

1. Голуб Ю.Ю. Інноваційна діяльність підприємств як головна вимога сучасності / Ю.Ю. Голуб // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2012. – Вип. 9(1). – С. 225–230.
2. Кількість підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2015 році [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України: [сайт]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/kp_ed/kp_ed_u/kp_ed_u_2015.htm.
3. Левченко Ю.Г. Активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в умовах кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6813/108.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. Наукова та інноваційна діяльність (2010-2016 р.) [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – (Дата звернення 18.03.2019)
5. Хорошко В.А. Методи фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства / В.А. Хорошко // Управління розвитком. – 2013. – № 12. – С. 35–37.
6. Ястремська О.М. Інноваційна діяльність промислових підприємств: результати оцінювання / О.М. Ястремська, П.О. Доуртмес // Бізнес Інформ – 2016. – № 4. – С. 161–168.

Скворцов Р.А.

Студент 3 курсу

факультету економіки, управління та інформаційних технологій

Бердянський університет менеджменту і бізнесу

м. Бердянськ, Україна

Науковий керівник: к.е.н., доцент Фролова Галина Іванівна

ПРИРОДА ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

На сьогоднішній день у світі спостерігається активне поширення соціального підприємництва та зростання інтересу науковців до цієї проблеми. Провідні підприємства проявляють інтерес до теми корпоративної соціальної відповідальності, зростає число організацій, які проголосили своєю метою привнесення етичних принципів в практику ділових відносин.

Найбільш поширене визначення соціального підприємництва належить Грегорі Дізу, який виділив п'ять факторів, що його визначають:

- 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальних цінностей (блага);
- 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання;
- 4) рішучість дій, яка не обмежена ресурсами;
- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [3].

Відповідно до Г. Діса, метою підприємства є створення найкращої цінності для його споживачів, в той час як основна мета соціального підприємництва полягає у пошуку та реалізації можливостей для виявлення та вирішення соціальних потреб та їх зміни. Як стверджує Г. Діс, соціальна місія є ключовою для соціального підприємництва. Це стає очевидним з огляду на те, як соціальне підприємництво розпізнає та оцінює можливості розвитку суспільства. Робота соціального підприємця зосереджена на виявленні та вирішенні проблем шляхом зміни застарілої соціальної системи, застосування рішення та переконання всього суспільства в його ефективності. У комерційному підприємстві отриманий прибуток може бути використаний як кінцевий показник цінності, що створило підприємство.

Наявність різних поглядів і підходів зумовлена контекстуальними факторами й існуванням різних шкіл дослідників соціального підприємництва. Г. Діз і Б. Андерсон [2] виділяють дві основні дослідницькі школи соціального підприємництва: школу соціальних підприємств (the social enterprise school) і школу соціальних інновацій (the socialinnovation school). Представники школи соціальних підприємств фокусують свої дослідження на двох напрямках: способах одержання доходу некомерційними організаціями та на соціальних проектах комерційних підприємств. Обидва напрями розглядають соціального підприємця як індивіда, що організовує й управляє бізнесом, націленим на досягнення соціальних цілей. Представники школи соціальних інновацій більше акцентують увагу на інноваційних, новаторських способах розв'язування соціальних проблем і розглядають соціальних підприємців як носіїв перетворень, які здатні викликати структурні й системні зміни в суспільстві. Кожна зі згаданих вище шкіл, на думку Г. Діза й Б. Андерсона [2], має обмеження, які повинні бути враховані під час розроблення нових підходів до вивчення соціального підприємництва. Однак необхідно зазначити, що в цілому ці два підходи до вивчення соціального підприємництва не суперечать один одному, а скоріше доповнюють, і, «по суті, мова йде про розгляд різних емпіричних сторін феномена соціального підприємництва, ключовими рисами якого для всіх є соціальне призначення, визнання важливості соціальних перетворень (інновації, підприємництво) і ринкових компонентів у роботі (продаж товарів і послуг, економічна ефективність)» [5, с. 97].

М. Едвардс виділяє низку критеріїв соціального підприємництва [4]:

- використання інноваційних методів для вирішення соціальних завдань на основі залучення ідей і ресурсів різних секторів та організацій;
- отримання усіх або більшої частини доходів від комерційної діяльності (а не грантів, приватних пожертвувань, членських внесків), але без розподілу прибутку в приватних цілях;
- безпосередня участь у виробництві і (або) продажу товарів та послуг, насамперед у сфері освіти, охорони здоров'я, екології, соціального захисту, розвитку організацій та зайнятості;
- управління організацію з використанням інклюзивних і демократичних принципів за участю усіх зацікавлених осіб (стейкхолдерів) та високим рівнем автономії.

К. Альтер – керівник консалтингової фірми, що спеціалізується на питаннях управління соціальним підприємництвом, – визначає соціальне підприємство як «будь-яке венчурне підприємство, створене із соціальною метою – пом'якшення чи скорочення соціальної проблеми або усунення «провалів» ринку, що функціонує на основі фінансової дисципліни, інновацій та порядку ведення справ, прийнятого в приватному секторі» Він вважає принциповим те, що в практиці різноманітних форм соціального підприємництва, соціальна та економічна цінність важко віддільні одна від одної [1].

О. Набатова визначає соціальне підприємництво як діяльність, що має три орієнтири: соціальний, ринковий та інноваційний. Вчений вважає, що для більш чіткого розуміння цього феномену необхідно окреслити його межі, тобто виявити різницю між соціальним підприємництвом та комерційними структурами, некомерційними організаціями та соціально відповідальним бізнесом [6].

Як зазначає О. Набатова, корені соціального підприємництва лежать у «підприємстві», а «соціальність» лише визначає його характерні риси. Відмінність між традиційним і соціальним підприємництвом полягає у визначенні цінностей та оцінюванні результативності. У першому випадку – це ринкова цінність, що може бути виражена в категорії доходу і прибутку, у другому – це соціальна цінність, що виражається у переважанні, яке отримує значна частина суспільства або суспільство в цілому. І якщо ефективність традиційних підприємств вимірюється фінансовими результатами, то для соціальних підприємств – це суміш фінансової і соціальної віддачі. Прибуток залишається метою, але не кінцевою – він реінвестується в реалізацію соціальної місії, головною метою є отримання прибутку при максимальному соціальному ефекті [6].

Підсумовуючи погляди та підходи до визначення соціального підприємництва, слід зазначити що між ними не виявляється суттєвих суперечностей. Властивості та критерії, виділені одними авторами, не заперечуються іншими. Науковці, навпаки, доповнюють один одного, даючи об'єктивну характеристику соціального підприємництва як соціально-

економічного явища. На основі представленого аналізу основних визначень соціального підприємництва можна виділити основні аспекти, на яких акцентують увагу автори при формуванні розуміння природи соціального підприємництва: перший наголошує на соціальному призначенні підприємництва, тобто його головним завданням є рішення соціальних проблем та отриманні соціального ефекту; другий визнає важливість соціальних трансформацій та розвитку суспільства на основі інноваційного підходу; третій передбачає підприємницький спосіб отримання економічного ефекту та фінансової стабільності; четвертий підкреслює, що в контексті розгляду соціального підприємництва соціальний та економічний ефекти є нероздільними.

Таким чином, на думку автора, соціальне підприємництва – це економічна діяльність суб'єкта господарювання, що передбачає застосування підходів традиційного підприємництва для вирішення соціальних проблем та досягнення сталих соціальних змін. Соціальне підприємництво поєднує ділову винахідливість з власними матеріальними ресурсами, виступаючи механізмом виявлення та ефективного вирішення багатьох соціально-економічних проблем.

Список використаних джерел:

1. Alter, Kim. Social Enterprise Typology [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.virtueventures.com/resources/setypology>.
2. Dees J.G. Framing a theory of social entrepreneurship: building on two schools of practice and thought / J.G. Dees, B.B. Anderson // ARNOVA Occasional Paper Series. – 2006. – Vol. 1.– Issue 3. – P. 1–28.
3. Dees J. G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
4. Эдвардс, М. «Филантрокапитализм»: суть дела [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nb-forum.ru/interesting/experts/filantrokapitalizm-sut-dela.html>.
5. Московская А. Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / А. Московская. – М.: Высшая школа экономики, 2011. – 284 с.
6. Набатова О. О. Соціальне підприємництво як напрям соціально-інноваційної діяльності економічних суб'єктів / О. Набатова // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2012. – № 4 (11). – С. 6-17

Скворцова О.В.

старший викладач кафедри менеджменту і туризму

Бердянський університет менеджменту і бізнесу

м. Бердянськ, Україна

СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У зв'язку зі стрімким інноваційним розвитком сучасного суспільства зростають потреби різних сфер виробництва в висококваліфікованих і професійно освічених кадрах, готових до сприйняття інновацій, освоєння сучасного обладнання, просуванню нових видів товарів і послуг і прийняття якісно нових управлінських рішень. На сучасному етапі розвитку суспільства вирішення цих завдань потребує відмінно інших інноваційних навичок і визначає нові вимоги до рівня підготовки персоналу, коли спостерігається швидке застарівання знань, умінь і навиків персоналу, яке виражається у відставанні індивідуальних знань від сучасних вимог до посади і професії.

Аналіз результатів наукових досліджень [2,3], щодо теоретичних основ визначення розвитку персоналу, виходячи із новітніх професійно-кваліфікаційних вимог до персоналу підприємства, дозволив зробити наступні висновки. Під розвитком персоналу слід розуміти системний процес безперервного професійного навчання працівників для підготовки до швидкого та ефективного виконання нових виробничих функцій, професійно-кваліфікаційного просування, формування резерву керівників і вдосконалення соціальної структури персоналу

На сьогоднішній день, застосовуються різні методи розвитку персоналу, використання яких сприяє підвищенню професійної компетентності персоналу, розвитку творчої активності та формуванню нових здібностей приймати та створювати інновації.

Одним з важливих завдань управління персоналом є підвищення його кваліфікації та навчання. Найбільш яскравим прикладом сучасних навчальних персонал-технологій є коучинг, який розглядається не просто як технологія навчання персоналу, а один з найбільш ефективних стилів управління на сучасному етапі розвитку бізнесу [4]. Коучинг – це розкриття потенціалу людини, щоб максимізувати свої власні результати. Що допомагає їй вчитися, а не вчити її. Отож, коучинг – це цілеспрямований, орієнтований на результат, систематичний процес, в якому тренер сприяє підвищенню продуктивності праці, життєвого досвіду, самостійного навчання і зростання особистості учня. Коучинг забезпечує високі стандарти виконання завдань, підтримує систему партисипативного управління, створює атмосферу, яка стимулює креативність, генерацію нових ідей і є надійним фундаментом інтегрованості працівників на підприємстві, так як проявляється через підтримку, співпрацю та партнерство, допомагає набутти нових конкурентних переваг [5].

Якщо у працівників необхідно сформувані нові професійні вміння та навички, доцільно буде вдатися до тренінгового навчання. Використання

тренінгів гарантує не тільки сприйняття й розуміння нових знань, але і їх активне «засвоєння», міцне закріплення сформованих умінь, розвиток здатності й підвищення готовності застосовувати їх надалі на практиці. Основна мета тренінгу – це мінімум інформації і максимум вправ на відпрацювання навиків

Наступний метод – Кейс Стаді, це метод ситуаційного аналізу, навчання на основі розгляду випадків і ситуацій. Він полягає в тому, що стажист, ознайомившись з описом організаційної проблеми, самостійно аналізує ситуацію, діагностує проблему і представляє свої знахідки й рішення дискусії з іншими стажистами. Цей метод націлений на отримання стажистом реального досвіду з виявлення та аналізу складних проблем. Кейс Стаді слід розглядати як інтерактивну технологію для короткострокового навчання менеджерів на основі бізнес-ситуацій. Мета – навчити аналізувати інформацію, сортувати її для вирішення поставленого завдання, виявляти ключові проблеми, вибирати оптимальне рішення [6].

Менш витратним порівняно з іншими методами розвитку персоналу є електронне навчання (e-learning). E-learning є найбільш ефективним для досягнення таких цілей: масштабна трансляція нових формалізованих знань за короткий термін, швидке введення нових співробітників у специфіку бізнесу конкретної компанії, навчання без відриву від роботи.

У сьогоденні комп'ютерних програмах, що продаються, навчання відбувається в режимі постійного діалогу працівника, що навчається, з комп'ютером, причому цей діалог ведеться за допомогою різних засобів спілкування – комп'ютерної клавіатури, голосу, відео, графічних матеріалів і малюнків. При збереженні переваг індивідуального навчання (контроль швидкості, повторення, доступність), використання засобів мультимедіа дає можливість підтримки постійного зворотного зв'язку й коригування процесу навчання, що значно підвищує його ефективність. Дослідження американських учених показали, що комп'ютеризоване навчання з використанням засобів мультимедіа забезпечує більш високий ступінь засвоюваності матеріалу (на 30 %) і більш високий відсоток запам'ятовування, ніж традиційні методи [1].

Таким чином, постійний розвиток персоналу з метою підвищення його компетентності повинен здійснюватися через формування системи безперервного навчання при створенні умов для повного розкриття потенціалу співробітників, їх здібності вносити відчутний внесок у діяльність своєї організації. Найбільш прийнятним є інноваційний тип навчання, мета якого – створення орієнтації на оновлення.

Список використаних джерел:

1. Балика О. Розвиток персоналу в системі стратегічного управління / Балика О. // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2010. – № 4 (43). – С.185-189

2. Данюк В. М. Менеджмент персоналу / [В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 397 с.
3. Завіновська Г.Т. Економіка праці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/319/39/1/2/>
4. Кохан С.О. Контроль як одна із основних функцій системи управління персоналом / С.О. Кохан. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://academy.gov.ua/ej/ej16/txts/12KSOSUP.pdf>.
5. Котовська І. Коучинг як новий метод управління персоналом [Електронний ресурс] / І. Котовська, Р. Оксентюк, Ю. Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2016. – Вип. 1 (14). – С. 178-184. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2016/16kivhrm.pdf>.
6. Лизунова О.М. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства/ Лизунова О.М. Іщенко Я.Г., Кондрашова Г.В.// Економіка і суспільство Випуск. – 2018. – № 14. – С. 448-456

Скорик Г.І.

к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки

Стецюк П.І.

к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки

НУ «Львівська політехніка», м. Львів, Україна

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Вступ. Україна володіє унікальними агрокліматичними умовами, тому має значний потенціал для розвитку агропромислового комплексу, особливе місце у якому займають фермерські господарства. Фермерські господарства у сільськогосподарському виробництві, вирішують цілу низку важливих завдань, та, насамперед, - це створення додаткових робочих місць у сільських місцевостях та зростання їх доходів. Це є особливо актуальним важливо, коли громадяни України масово виїжджають на роботу за кордон і Україна втрачає кваліфікованих, молодих працівників.

Виклад основного матеріалу. Аналіз матеріально-технічної бази фермерських господарств демонструє низький її рівень, насамперед, це стосується господарств із невеликими земельними ділянками. Більшість таких підприємств використовують застарілі трактори, комбайни та іншу техніку, або взагалі її не мають. Високим є рівень фізичного зношення сільськогосподарської техніки. Ця проблема безпосередньо пов'язана із нестачею інвестиційних ресурсів. По-перше, малі фермерські господарства не мають достатніх власних коштів для інвестування у закупівлю нових сучасних технічних засобів. Певною мірою це обумовлено суттєвою різницею між високими цінами на сільськогосподарську техніку, з одного боку, та порівняно низькими цінами на продукцію фермерських господарств.

Особливо на результати діяльності господарств впливають ціни на енергоносії, паливно-мастильні матеріали, а сьогодні – ще й посівний

матеріал. У структурі вартості урожаю ФГ 80% становить дизельне пальне та внесення мінеральних добрив; у вартості логістики – 85% становить пальне; у витратах на сушку урожаю та його збереження – 95% витрати енергоносіїв. В середньому у структурі витрат вартість енергоносіїв становить 60% від усіх витрат на вирощування агрокультур [1]. Ще одним аспектом цієї проблеми є потреба фермерських господарств у тих технічних засобах, які найповніше відповідають їх спеціалізації.

По-друге, несприятливі для таких підприємств умови кредитування. Кредити для фермерських господарств є надто дорогими, особливо якщо порівнювати відсоткові ставки і рентабельність фермерських господарств. За даними НБУ у 2015 р. відсоткова ставка за кредити для фермерів становила 21,2% [2]. Крім високої ціни, кредити характеризуються ускладненими умовами їх отримання. Комерційні банки недостатньо орієнтовані на надання кредитів малим фермерським господарствам. Це, крім усього, посилює проблему достатності власних обігових коштів. Починаючи із 2016 року кредитування фермерських господарств здійснюється під реальне страхування. Проте система агрострахування є ще нерозвинutoю в Україні і не відповідає міжнародним стандартам. У державному бюджеті для підтримки страхування аграріїв не вистачає коштів. Самі ж фермери мало довіряють страховим компаніям, оскільки їй досі майже неможливо отримати страхову суму через неврожай чи стихійні лиха. Тому фермери не схильні страхувати свої урожаї. З іншого боку, страхові компанії не мають достатнього досвіду роботи із аграрним бізнесом, який характеризується рядом особливостей: залежність від природних умов. Страхування аграріїв обов'язково передбачає підтримку страхових компаній з боку держави. Тому в Україні свої урожаї страхують тільки 2-3% (наприклад, у Канаді – 80-90%) [3].

Важливою проблемою ефективного розвитку фермерських господарств є ресурсне забезпечення і збут своєї продукції. Фермерські господарства виробляють порівняно невеликі обсяги продукції, тому збут і постачання невеликими партіями, без відповідного упакування залишаються проблемними. Вирощена продукція вимагає збереження. Відсутність належних умов для зберігання продукції веде до її псування і значних втрат фермерських господарств. Серйозною залишається проблема ринків збуту для фермерських господарств. Як правило у мережу роздрібної торгівлі, зокрема на прилавки супер- та гіпермаркетів надходить продукції від великих агрофірм, а фермерські господарства працюють, як правило, через посередників. Це спричиняє подорожчання їх продукції на майже 20%. Але це дорожчання не приносить вигоди самим фермерам, а зовсім навпаки – їх продукція стає менш конкурентоздатною. Тобто, серйозною є проблема нерегульованості ринків збуту продукції для фермерських господарств. Не останню роль щодо збуту і поставок сировини та ін. відіграє монополія заготівельно-комерційних підприємств.

Ще однією проблемою ефективного розвитку фермерських господарств є їх відставання у рівні реалізації передових досягнень науково-технічного прогресу та впровадження новітніх технологій щодо ведення сільськогосподарського виробництва. Причиною цього є не тільки високий рівень цін на нову техніку та сучасні технології сільськогосподарського виробництва, низький рівень поінформованості фермерів, відсутність ефективної інформаційної підтримки з боку органів державної влади усіх рівнів, а й відсутність власних фінансових ресурсів, яких вистачає головним чином на поточні потреби виробництва, та неефективність системи кредитування.

Рівень економічного потенціалу фермерських господарств залежить від умов оподаткування. Слід підкреслити складність і обтяжливість для фермерів діючої податкової системи, не зважаючи на деяке спрощення та пільги для останніх. Непомірно високі податки «загоняють» фермерів у «тінь», вилучають значну частину їх обігових коштів і в кінцевому результаті знижують рівень їх ефективності та конкурентоспроможності [4].

Поряд із проблемою оподаткування слід вказати на зменшення бюджетного фінансування та підтримки з боку держави розвитку фермерських господарств. Розміри державних допомоги є незначними порівняно із потребами господарств. Крім того слід відмітити, що лівова частка фінансової допомоги аграріям припадає на суб'єктів великого бізнесу. Малі і середні фермерські господарства не завжди поінформовані про ті чи інші програми державної фінансової підтримки, також доволі не простою є процедура її оформлення.

Потреба в розширенні масштабів господарств, якщо вони є прибутковими, наражається на проблему в залученні додаткових ділянок через складність в оформленні та неврегульованості земельних відносин загалом. Дана проблема особливо є гострою для господарств західного регіону через малі запаси земель сільськогосподарського призначення порівняно із іншими регіонами України.

Висновки. Таким чином, фермерські господарства володіють значним потенціалом щодо розвитку конкуренції у сільськогосподарському виробництві, соціально-економічного розвитку сільських місцевостей. Сучасний етап у розвитку фермерських господарств супроводжується цілою низкою проблем: невисокий рівень матеріально-технічної бази; низький рівень розвитку інфраструктури; проблеми з реалізацією потреб у фінансових ресурсах; проблеми із залученням кредитних ресурсів; недостатня фінансова підтримка з боку держави тощо, вирішення яких вимагає удосконалення системи державного регулювання розвитку фермерських (сімейних) господарств.

Список використаних джерел

1. Аналітика, консалтинг, новини АПК України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukragroconsult.com/>

2. Бюлетень Національного банку України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/files/stat.pdf>.
3. Українське фермерство: особливості, проблеми, перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://a7d.com.ua/agropoltika/aktualna_tema/firsthands/1827-ukrayinske-fermerstvo-osoblivosti-problemi.html.
4. Лупенко Ю.О. Інтеграція та самоорганізація аграрного бізнесу в умовах децентралізації влади / Ю.О.Лупенко, М.Ф. Кропивко, М.Й. Малік. К.: - ННЦ ІАЕ, 2016 . -444 с.

Славкова О.П.

д.е.н., професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку

Сумський Національний аграрний університет,

м. Суми, Україна

Титаренко І.В.

магістрант програми «Облік і оподаткування»,

Сумський Національний аграрний університет,

м. Суми, Україна

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Основне завдання щодо правильності обліку у новостворених об'єднаних територіальних громадах полягає у оновленні та набутті головними бухгалтерами, спеціалістами з бухгалтерського обліку виконавчих комітетів сільських і селищних рад теоретичних та практичних знань щодо дотримання техніки та методики організації бухгалтерського обліку та звітності в бюджетних установах у відповідності до вимог чинного законодавства і специфіки діяльності органів місцевого самоврядування, а також відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі та в умовах реформи децентралізації фінансової системи держави.

До основних проблемних питань з якими зустріваються працівники бюджетної сфери це деякі зміни в бюджетному законодавстві України: порядок освоєння коштів освітньої та медичної субвенції державного бюджету місцевим бюджетам, зміни та доповнення до складання фінансової звітності в органи Державної казначейської служби України, звітність по єдиному соціальному внеску в органи Державної фіскальної служби України в області: нарахування, реформування пенсійної системи в Україні та його вплив на пенсійне забезпечення громадян, кошти фонду соціального страхування України та його звітність, соціально-трудові відносини у бюджетній установі, правові та практичні аспекти використання електронної системи публічних закупівель практичне заняття;

В даній публікації ми хотіли б розглянути практичні аспекти та проблеми ведення бухгалтерського обліку у бюджетних установах, а саме в об'єднаних територіальних громадах.

За останні роки існування нашої держави керівними органами державної влади були прийняті серйозні рішення щодо реформування та децентралізації, внаслідок чого була створена Миколаївська ОТГ і її жителі отримали можливість розвиватися і покращувати рівень свого життя. В Миколаївську ОТГ в 2017 році об'єдналися вісім сільських рад з єдиними бюджетом.

При створенні громади виникало дуже багато питань, які пов'язані з налагодженням обліку та фінансуванням, а саме таке питання як не прийняття своєчасно бюджету. В цьому випадку до об'єднаної територіальної громади не могла застосовуватися ставка один до дванадцяти, оскільки громада не мала свого бюджету. В Миколаївській громаді до початку нового бюджетного періоду не було прийнято рішення про бюджет об'єднаної територіальної громади і виконавчий орган місцевої ради здійснював витрати місцевого бюджету на цілі, визначені у проекті рішення про місцевий бюджет на плановий бюджетний період, який був схвалений виконавчим органом місцевої ради та поданий на розгляд місцевої ради. При цьому щомісячні бюджетні асигнування місцевого бюджету сумарно не перевищували однієї дванадцятої обсягу бюджетних призначень, передбачених проектом рішення про бюджет на плановий бюджетний період з урахуванням міжбюджетних трансфертів, які визначені законом про Державний бюджет України [1] на плановий бюджетний період, що регламентується ч. 1 ст.79 Бюджетного кодексу України[2].

Важливим було також питання врегулювання передачі майна та зобов'язань, вони виражалися в оформленні акту передачі майна та зобов'язань, а саме питання хто саме повинен його підписувати. Миколаївська об'єднана територіальна громада керувалася ч. 3 ст. 8 Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 05.02.2015 р. № 157-VIII [3] відповідно до якої об'єднана територіальна громада є правонаступником всього майна, прав та обов'язків територіальних громад, що об'єдналися, з дня набуття повноважень сільською, селищною, міською радою, обраною такою об'єднаною територіальною громадою. У ст. 104 Цивільного кодексу України [4] також зазначено, що у разі реорганізації юридичних осіб майно, права та обов'язки переходять до правонаступників. Відповідно до ст. 107 Цивільного кодексу України [4] після закінчення строку для пред'явлення вимог кредиторами та задоволення чи відхилення цих вимог комісія з реорганізації складає передавальний акт. Цей акт затверджується учасниками юридичної особи або органом, який прийняв рішення про її припинення, крім випадків, встановлених законом. Оскільки рішення про припинення юридичної особи приймала рада об'єднаної територіальної громади, то й затверджувала акт саме вона.

В Миколаївській громаді акт передачі майна та зобов'язань підписали члени комісії з реорганізації, які виступили з боку сторони, що передає майно та зобов'язання ради, яка реорганізується, та члени комісії з приймання, створеної розпорядженням голови Миколаївської об'єднаної територіальної громади з числа її працівників, в тому числі і представники бухгалтерії, а саме головний бухгалтер. Він і повірив фактичну наявність майна, яке приймалося на баланс об'єднаної територіальної громади. Даний акт дуже важливий для бухгалтерського обліку. З одного боку, дані бухгалтерського обліку є основою для формування передавального акту, з іншого - вони використовуються при уточненні сум активів, зобов'язань і капіталу правонаступника при інвентаризації. Цей акт був складений у формі звичайного бухгалтерського балансу з розшифровкою по кожній зі строк, актами інвентаризації та таблицями розшифровок окремих строк. В окремих додатках були наведені списки об'єктів, дебіторів, кредиторів, тощо з деталізованою інформацією щодо кожного об'єкту, що передавався та щодо кожного дебітора та кредитора. У додатках була представлена інформація в кількісному та сумовому виразі, а також дані аналітичного обліку по окремим об'єктам.

Новостворена Миколаївська об'єднана територіальна громада зіткнулася з такими питаннями якими саме бухгалтерськими проведеннями необхідно відобразити операції з приймання-передачі майна та зобов'язань сільських рад, які реорганізовувалися.

Відповідно до рекомендацій з бухгалтерському обліку в бюджетних установах операцій з приймання-передачі майна та зобов'язань здійснюється згідно з Типовою кореспонденцією субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями бюджетних установ, наведеною у додатку 2 до Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ[5].

Відповідно до п. 6 цього Плану рахунків бюджетні установи у разі потреби можуть застосовувати кореспонденцію субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями, що не передбачена Типовою кореспонденцією субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями бюджетних установ, із збереженням єдиних методологічних засад, визначених національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку в державному секторі та іншими нормативно-правовими актами з бухгалтерського обліку в державному секторі, яка визначається у розпорядчому документі про облікову політику.

Налагодження обліку в об'єднаній територіальній громаді та його ефективність залежить від ступеня використання інформаційних технологій. Рішення щодо його впровадження повинно бути компліментарним, щоб об'єднати всі ділянки обліку в єдиній системі та підключити до неї інші служби а системи мати налагоджений ряд інтеграції із суміжними сервісами, необхідними для ведення обліку в бюджетних установах.

Для автоматизації обліку в ОТГ можна використовувати систему «ІС-ПРО», яка розроблена компанією «Інтелект-сервіс», вона враховує особливості обліку в об'єднаних територіальних громадах і дозволяє точно вести обрахунки бюджетних коштів[6]. В програмі враховано те, що установи, які утримуються з Державного бюджету, вимагають особливої уваги і контролю за використанням державних коштів. Одним із головних завдань, які ставили перед собою програмісти, було створення нової комплексної системи для управління фінансово-господарськими відносинами в бюджетних організаціях і установах. Ця комплексна система дозволяє повністю задовольнити потреби ведення бухгалтерського обліку як з бюджетними так і з позабюджетними коштами та дозволяє створювати форми звітності, затверджені ДКУ, які формуються автоматично на підставі первинних документів. Для полегшення роботи бухгалтерії в системі реалізовано сумісність з програмним забезпеченням Казначейства.

Окрім вищенаведеного реформа децентралізації вимагає якісних змін в роботі керівних служб, особливо бухгалтерії, бо децентралізація це не тільки нові правила перерозподілу коштів, а й можливість перезапустити систему управління на місцях. Тому важливим вбачається також питання атестації державних працівників та підвищення кваліфікації працівників бухгалтерської.

Тому на сьогоднішній день залишається ще багато проблемних питань в організації обліку об'єднаних територіальних громад, які потребують уточнення та вирішення.

Список використаних джерел:

1. Про Державний бюджет України на 2018 рік. Закон України № 2648-VIII від 7 грудня 2017 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19>.
2. Бюджетний кодекс України від № 2456-VI від 8 липня 2010 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
3. Про добровільне об'єднання територіальних громад. Закон України № 157-VIII від 5 лютого 2015 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19>.
4. Цивільний кодекс України. № 435-IV від 16 січня 2003 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
5. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі Наказ міністерства фінансів України 31 грудня 2013 року № 1203. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14>.
6. Система управління підприємством "ІС-ПРО" URL: <https://stcentr.com.ua/ourproducts/12-accountingauto/34-systema-upravlinnia-pidpriemstvom-is-pro>.

Смірнова О. П.

*магістр кафедри обліку і оподаткування
Київський кооперативний інститут бізнесу і*

права

м. Київ, Україна

науковий керівник Овчарик Р.Ю., к.е.н., доцент

ОБЛІК І ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ НАЯВНОСТІ ТА РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Вступ. Основні засоби є важливою матеріально-технічною базою будь-якого підприємства. Від забезпеченості, розумної доцільності кожної одиниці основних фондів, їх збалансованості, належного технічного стану і ефективності використання залежать важливі показники діяльності підприємства, зокрема, такі як продуктивність виробництва, конкурентоспроможність продукції на ринку, культура підприємства та його фінансовий стан. На сьогодні кожне підприємство має розглядати питання стабілізації та виходу на конкурентоздатний рівень через призму своєї незалежності та самостійності як товаровиробника, з одного боку, і залежності від макроекономічного впливу держави та зовнішнього економічного середовища, з іншого. Для того, щоб підприємство було найприбутковішим, в достатній мірі стабільним чи таким, що стабільно розвивається, необхідно більше уваги приділяти кількісному та якісному вдосконаленню основних виробничих фондів, належному обліку та контролю починаючи з прийняття рішень про придбання, вдосконалення, модернізацію добудову чи перебудову.

Виклад основного матеріалу. У економічній літературі поняття «основні засоби» має широку базу трактувань та визначень. У різні часи по-різному сприймалося сутність «основних фондів», поряд з яким використовується поняття «основні засоби». На основі проведеного аналізу наукової літератури можна зробити висновок, що більшість авторів під основними засобами розуміють матеріальні активи підприємства. Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). Структуру основних засобів промислового підприємства за їх економічною сутністю доцільно відобразити наведеною нижче схемою (рис. 1).

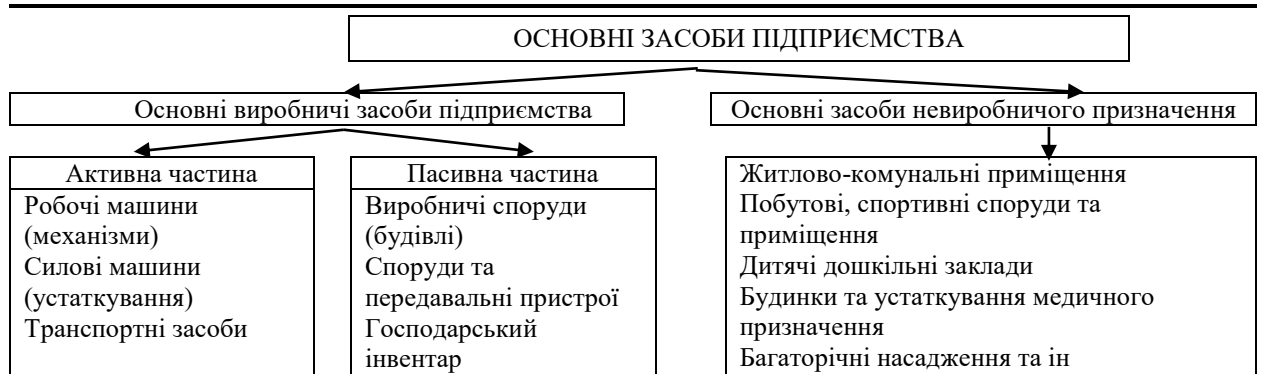


Рисунок 1. – Структура основних засобів підприємства

При створенні кожне підприємство забезпечується необхідними виробничими фондами, з розвитком підприємства вони поповнюються та оновлюються. Основні засоби поділяються на виробничі та засоби невикористаного призначення. Основні виробничі засоби становлять приблизно 95-98% загальної вартості основних фондів підприємства. До них відносяться ті засоби, що безпосередньо беруть участь у процесі виробництва. До основних засобів невикористаного призначення належать ті, що не беруть участі у процесі виробництва, але забезпечують його нормальне функціонування, задовольняють побутові та культурні потреби працівників, тобто це фонди, що належать до соціальних умов виробництва. Така деталізація необхідна для виявлення резервів підвищення ефективності їх використання на основі оптимізації структури. Придбання основних засобів підприємством при купівлі, як правило, супроводжується складанням договору купівлі-продажу, при складанні якого необхідно дотримуватись положень р. 54 Цивільного кодексу України та ст. 334 саме: «Право власності у набувача майна за договором виникає з моменту передачі майна, якщо інше не встановлено договором або законом...». Якщо предметом договору виступає нерухоме майно, то такий договір підлягає нотаріальному посвідченню. Договір купівлі-продажу автотransпортних засобів підлягає перереєстрації його на нового власника.

Основні засоби можуть безпосередньо створюватись на підприємстві власними силами чи підрядним способом. Також основні засоби можуть передаватись підприємству у вигляді внеску до Статутного капіталу, якщо таке передбачено засновницькими документами

В облікових регістрах основні засоби обліковуються за їх первісною вартістю. На окремих рахунках за напрямками використання накопичується амортизація – знос основних засобів. У фінансовій звітності, зокрема в Балансі підприємства, відображається вартість основних засобів за їх первісною вартістю, а знос з від'ємним значенням, тому в результаті вартість основних засобів на кожну дату Балансу буде фактичною за вирахуванням зносу на цю дату. Вартість основного засобу на певну дату, сформована як різниця між первісною вартістю та зносом називається балансовою.

Витрати на обслуговування та поточний ремонт при експлуатації основних засобів є витратами відповідного напрямку (де використовується

основний засіб) того періоду, коли вони виникли. А витрати на поліпшення (модернізація, реконструкція, перебудова з метою поліпшення, тощо) збільшують первісну вартість основного засобу і відображаються при нарахуванні амортизації.

В той момент, коли об'єкт основного засобу стає придатним для використання в запланованих цілях, він вводиться в експлуатацію актом основних засобів (ф. 1) і передається під звіт матеріально-відповідальній особі. Вибуття основних засобів може бути в результаті продажу, ліквідації, передачі безоплатно чи передачі як внесок в Статутний капітал іншого підприємства. Вибуття основного засобу належним чином оформляється у відповідності до чинного законодавства. Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємстві передбачає: планування контролю; підготовку до проведення; проведення; аналіз узагальнення результатів, розробку заходів по усуненню недоліків і оптимізацію контрольованого об'єкта. Мета внутрішньогосподарського контролю основних засобів – встановлення достовірності бухгалтерських даних і звітності щодо наявності основних засобів, а також забезпечення їх збереження та ефективного використання.

Проведені дослідження свідчать, що для своєчасного та належного виконання всіх поставлених завдань перед внутрішнім контролем основних засобів суб'єкт контролю повинен бути забезпечений необхідною інформацією. Джерелами отримання такої інформації є: наказ про облікову політику підприємства; первинні документи щодо обліку основних засобів (договори купівлі-продажу об'єктів, договори на капітальне будівництво, архітектурно-технічні паспорти, розрахунки кошторису, акти прийому-передачі, акти на списання, картки (книги, відомості) інвентарного обліку, розрахунки нарахування амортизації; тощо). Ефективність внутрішнього контролю забезпечується завдяки поєднанню різних методів, способів і прийомів його здійснення. Під час здійснення внутрішнього контролю основних засобів суб'єктами контролю застосовуються три групи методів і прийомів контролю, а саме:

- прийоми документального контролю;
- прийоми фактичного контролю;
- розрахунково-аналітичні методи контролю.

Проаналізувавши існуючу методику контролю основних засобів, дослідивши погляди різних вчених, хочемо зосередити увагу на основних етапах контролю основних засобів підприємств за п'ятьма напрямками:

- організаційно-правовий;
- документально-аналітична перевірка надходжень основних засобів;
- документально-аналітична перевірка використання (руху) основних засобів;
- документально-аналітична перевірка операцій з вибуття основних засобів;
- перевірка достовірності даних про основні засоби.

Висновки. Належний облік та внутрішньогосподарський контроль на підприємствах забезпечує ефективне використання основних засобів, що в свою чергу веде до забезпечення ефективного функціонування підприємства, дає змогу приймати грамотні управлінські рішення, дозволяє своєчасно вдосконалювати структуру основних засобів для максимального забезпечення вимог даного підприємства і галузі в цілому, підвищує ефективність використання найбільш доцільних основних засобів і з оптимальними термінами їх експлуатації, тобто забезпечує максимальну віддачу при використанні. Забезпечення ефективності використання основних засобів на підприємстві неминуче дасть результат у вигляді росту продуктивності виробництва, забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку, підвищенні культури підприємства та його фінансового стану.

Список використаних джерел

1. Савицька Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства: 4-е вид., перероб. і доп. – Мінськ: ТОВ «Нове знання», 2013. – 688 с.
2. Стражев В. І. Аналіз господарської діяльності в промисловості: Підручник / В. І. Стражев, Н. А. Русак, О. Ф. Моргун та ін; За заг. ред. В. І. Стражева. – Мінськ: Вишэйшая Шк., 2014. – 398 с.
3. Мамедов О. Ю. Сучасна економіка: Навчальний посібник / Наук. ред. О. Ю. Мамедов. – К.: Фенікс, 2014. – 608 с.
4. Волков О. І. Економіка підприємства: Підручник / За ред. проф. О. І. Волкова. – 2-е вид., перероб. і доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 520 с.
6. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2014. – 528 с.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»
8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo /7.htm>. Дробышева А.О., Виташ Н.

Снитка Л.В., здобувач ступеня вищої освіти «Магістр»

Спеціальність 051 «Економіка»

Науковий керівник – к.е.н., доцент Миколенко І.Г.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток будь-якого підприємства залежить від ефективності використання всіх наявних ресурсів. Наявність певних обсягів ресурсів є найважливішою умовою ефективного ведення господарства і взагалі здійснення процесу виробництва. Ресурсний потенціал служить матеріальною основою виробничих можливостей господарств. У зв'язку з цим все більшої актуальності набувають питання формування та ефективного використання ресурсного потенціалу підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності сільського господарства та національної економіки

в цілому. Розв'язання проблеми формування ресурсного потенціалу пов'язане з процесом його використання, що у свою чергу, потребує оцінювання ефективності використання потенціалу. Саме науково-теоретична та практична значимість указаних проблем обумовила актуальність обраної теми дослідження. Проблемам формування і ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств присвятили свої наукові праці такі відомі економісти: Андрійчук В.Г., Гайдуцький П.І., Месель-Веселяк В.Я., Нелеп В.Н., Пасхавер Б.Й., Саблук П.Т., Трегобчук В.М., О. В Ульяновченко, та інші.

Складність категорії «ресурсний потенціал» породжує різноманітність підходів до трактування його сутності, а відповідно і напрямів удосконалення механізму його формування та використання. Фундаментальні дослідження теоретико-методологічних проблем формування, оцінки та використання ресурсного потенціалу в аграрній сфері належать таким ученим, як В.Г. Андрійчук, В.Л. Анічин, І.І. Лукінов, Л.М. Березіна, А.В. Македонський, Ю.М. Новіков, О.В. Олійник, О.М. Онищенко, Б.Й. Пасхавер, В.В. Россоха, В.М. Трегобчук, О.В. Ульяновченко, В.Й. Шиян, А.Е. Юзефович та ін.

Земля – це головний засіб виробництва, без якого неможливий процес виробництва продукції тваринництва і рослинництва (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка складу земельних ресурсів аграрних підприємств
Полтавського району та ВСК «Злагода», 2013-2017 рр.**

Показники	Роки					2017 р. до 2013 р.	
	2013	2014	2015	2016	2017	+, -	%
Площа с.-г. угідь аграрних підприємств Полтавського району, тис. га	75,5	77,2	77,2	77,2	77,2	1,7	102,3
у середньому на 1 с.-г. підприємство	3,6	3,7	3,7	3,7	3,7	0,1	102,3
у т. ч.: рілля	70,4	71,7	71,8	71,9	71,9	1,5	102,1
у середньому на 1 с.-г. підприємство	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4	0,1	102,1
Площа с.-г. угідь ВСК «Злагода», га	4101	4201	3814	3975	3975	-126,0	96,9
у % до середньорайонних даних	114,1	114,3	103,7	108,1	108,1	-5,9	х
у т. ч.: рілля	3945	4044	3814	3975	3975	30,0	100,8
у % до середньорайонних даних	117,7	118,4	111,6	116,1	116,1	-1,6	х
Питома вага с.-г. угідь ВСК «Злагода» в площі району, %	5,4	5,4	4,9	5,1	5,1	-0,3	х

Джерело: розраховано за даними: [10, 61; річних звітів ВСК «Злагода»]

ВСК «Злагода» є одним з середньостатистичних підприємств району за розмірами землі, розмір землі якого становить 3975 га. У 2017 р. порівняно з 2013 р. площа сільськогосподарських угідь підприємства зменшилась на 126 га (3,1 %). За площею сільськогосподарських угідь у 2017 р. підприємство є більшим за середньорайонні дані 8,1 %. Площа ріллі підприємства у 2017 р.

проти 2013 р. збільшилась на 0,8 % та становила у 2017 р. 3975 га; посівна площа збільшилась на 270 га та складає 2917 га. Із загальних площ сільськогосподарських угідь Полтавського району, площа ВСК «Злагода» складає близько 5 %.

Отже, ресурсний потенціал сільського господарства формується розміром окремих видів ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємств. Ця сукупність становить матеріальну основу виробничого потенціалу, розмір якого визначається не лише кількістю трудових, земельних та матеріальних ресурсів підприємства, але і матеріальними ресурсами інших підприємств та організацій, що використовуються для виробництва сільськогосподарської продукції. Земельні ресурси необхідні всім галузям народного господарства, однак їх роль у різних сферах суспільного виробництва не однакова. Якщо в промисловості земля є лише просторовим базисом, то в сільському господарстві вона – головний засіб виробництва. Являючись засобом виробництва є найважливішою продуктивною силою сільського господарства, головним джерелом одержання продукції рослинництва, від якої залежить і виробництво продукції тваринництва. Роль землі в сільськогосподарському виробництві визначається тим, що їй притаманна специфічна унікальна властивість – родючість. Так, земля як продукт природи не має вартості, не переносить її, як звичайні засоби праці, на продукцію, в створенні якої вони брали участь. У процесі виробництва вона за правильного її використання підвищує свою родючість, а тому є вічним засобом виробництва. Однак вона обмежена в просторі і штучно не відновлюється. Як матеріальну основу розвитку сільськогосподарського виробництва землю не можна замінити жодними іншими засобами праці.

Список використаних джерел:

1. Вишневська О.М. Формування та оцінювання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств / О.М. Вишневська // Вісник ХНАУ. – 2007. – № 3. – С. 27-32.
2. Сільське господарство Полтавської області у 2016 році: [статистичний збірник] / за редакцією Л.В. Калашник; відповідальна за випуск Зубенко Любов Андріївна. – Полтава, 2017. – 225 с.
3. Трегобчук В. Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні та практичні аспекти) / В. Трегобчук, А. Юзефович, Д. Крисанов, О. Попова, В. Прадун, Н. Скурська – К.: Інститут економіки НАН України, 2003. – 259 с.

Собчишин В. М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Таран Я. В.

магістрантка

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙ У ДЕБІТОРСЬКУ ЗАБОРГОВАНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Важливість дослідження економічної ефективності інвестицій у дебіторську заборгованість підприємств, зокрема і сільськогосподарських, обумовлена проблемами повернення боргів у неповному обсязі, несвоєчасними платежами й виникненням сумнівних боргів за цією заборгованістю, що вимагає своєчасного та комплексного оцінювання дебіторської заборгованості підприємства. Однак, якщо теоретичні й практичні основи аналізу розмірів, структури, строків непогашення дебіторської заборгованості на сьогодні опрацьовані досить детально, то методичні засади аналізу інвестицій у неї залишаються не достатньо вивченими. Зазначене пояснює актуальність означеного питання та потребує подальших досліджень у цьому напрямі.

Як вважає М. М. Нашкерська, середній рівень інвестицій у дебіторську заборгованість можна розрахувати за наступною формулою:

$$\overline{ІДЗ} = \overline{ДЗ} \cdot \frac{С}{Ц}, \quad (1)$$

де $\overline{ІДЗ}$ – середній рівень інвестицій у дебіторську заборгованість, грн;

$\overline{ДЗ}$ – середня дебіторська заборгованість, грн;

$С$ – собівартість одиниці товару, грн;

$Ц$ – ціна продажу одиниці товару, грн [1, с. 138].

Однак, із нашого погляду, більш точною формулою для визначення середнього рівня інвестування фінансових ресурсів у дебіторську заборгованість є така, що пропонується І. О. Бланком, адже враховує як період кредитування покупців, так і період прострочення платежів останніми:

$$\overline{ІДЗ} = ОРК \cdot К \cdot \frac{(\overline{П}_{нк} + \overline{П}_{пр.})}{365}, \quad (2)$$

де $ОРК$ – обсяг реалізації в кредит (дебіторська заборгованість), грн;

$К$ – коефіцієнт співвідношення собівартості і ціни одиниці товару, грн;

$\overline{П}_{нк}$ – середній період надання кредиту покупцям, днів;

$\overline{П}_{пр.}$ – середній період прострочення платежів за наданим кредитом, днів

[2, с. 201].

Результати розрахунку інвестицій у дебіторську заборгованість за продукцію (товари, роботи, послуги) у СТОВ «Агрофірма «Оржицька» згідно з формулою (2) наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка інвестицій у дебіторську заборгованість за продукцію (товари, роботи, послуги) у СТОВ «Агрофірма «Оржицька» за 2016–2018 рр.

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Прогноз на 2019 р.	Відхилення (+,-) 2018 р. від 2016 р.	
					абсолютне	відносне, %
Середньорічна дебіторська заборгованість за продукцію (товари, роботи, послуги), тис. грн	3055	6264	5857	8622	2802	91,7
Собівартість виробництва продукції, тис. грн	61290	80407	95150	87186	33860	55,2
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	70543	106335	124278	159169	53735	76,2
Коефіцієнт відношення собівартості виробництва продукції до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	0,869	0,756	0,766	0,548	-0,103	-11,9
Середній період повернення дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги (DSO), днів	16	22	17	20	1	8,8
Середній рівень інвестицій у дебіторську заборгованість за продукцію (товари, роботи, послуги), тис. грн	116	285	209	256	93	80,2

Джерело: розраховано за даними підприємства

Як видно з даних табл. 1, у 2018 р. порівняно з 2016 р. при збільшенні середньорічної величини дебіторської заборгованості за продукцію (товари, роботи, послуги) на 2802 тис. грн (91,7 %), зниженні коефіцієнта відношення собівартості виробництва продукції до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 0,103 пункту (11,9 %) та зростанні середнього терміну повернення дебіторської заборгованості на 1 день (8,8 %) середній рівень інвестицій у дебіторську заборгованість за продукцію (товари, роботи, послуги) СТОВ «Агрофірма «Оржицька» збільшився на 93 тис. грн, або 80,2 %. Найбільша сума інвестування фінансових ресурсів у дебіторську заборгованість за продукцію (товари, роботи, послуги) у досліджуваному періоді була в 2017 р. (285 тис. грн).

Взаємозв'язок величини дебіторської заборгованості за продукцію (товари, роботи, послуги), розміру інвестицій у цю дебіторську заборгованість

та середнього терміну її повернення в СТОВ «Агрофірма «Оржицька» ілюструє рис. 1.

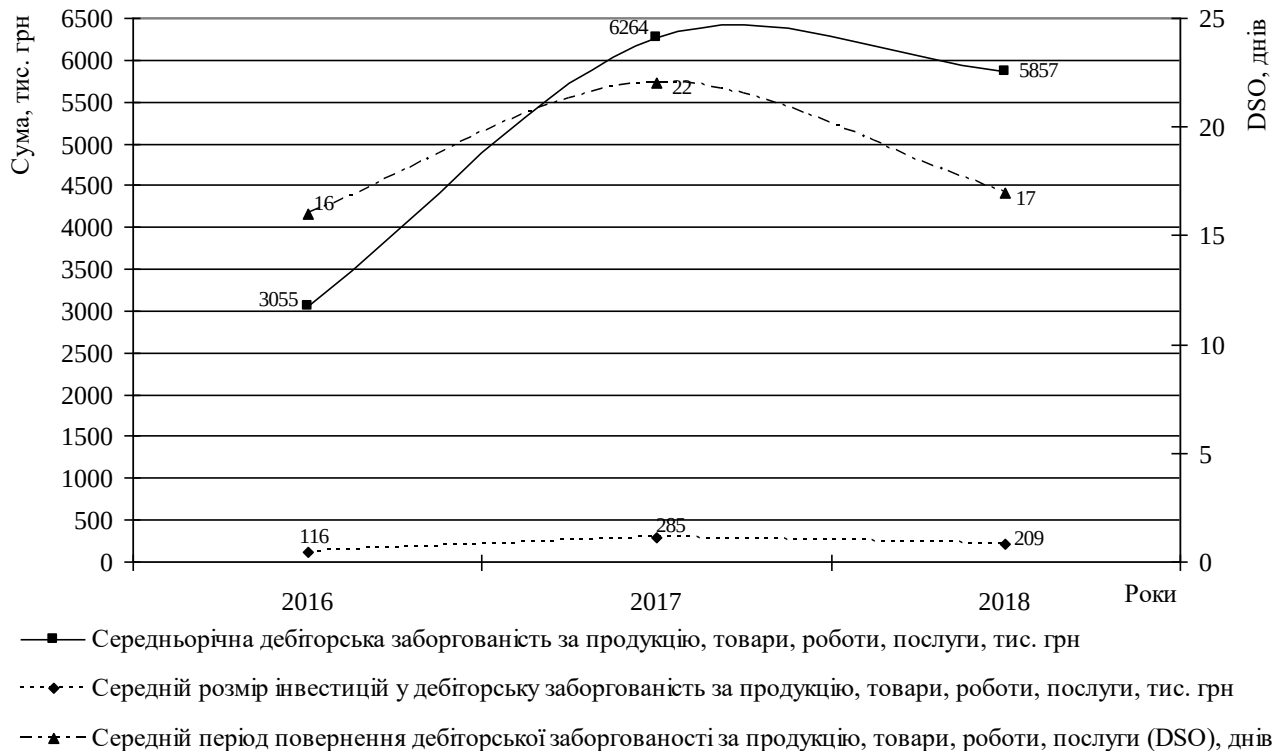


Рис. 1. Графічне зображення динаміки величини дебіторської заборгованості за продукцію (товари, роботи, послуги), розміру інвестицій у цю заборгованість та середнього періоду її повернення в СТОВ «Агрофірма «Оржицька» за 2016–2018 рр.

Джерело: побудовано за даними підприємства

Збільшення за досліджуваний період розміру дебіторської заборгованості за продукцію (товари, роботи, послуги) та середнього періоду її повернення (DSO) пояснюється швидшими темпами зростання середньорічної величини дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги (91,7 %) порівняно зі зростанням чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг (76,2 %).

Таким чином, рішення у сфері управління дебіторською заборгованістю підприємства за результатами аналізу інвестицій у неї мають прийматися, зважаючи, що збільшенню (зменшенню) їх розміру сприяє:

- збільшення (зменшення) обсягу реалізації в кредит (дебіторської заборгованості) за відсутності змін у коефіцієнті співвідношення собівартості й ціни одиниці товару та періоді кредитування покупців і періоді прострочення платежів ними;

- зростання (зниження) коефіцієнта співвідношення собівартості й ціни одиниці товару за відсутності змін в обсязі реалізації в кредит (дебіторській заборгованості) та періоді кредитування покупців і періоді прострочення платежів ними;

- збільшення (зменшення) періоду кредитування покупців та періоду прострочення платежів ними або одного з цих чинників за незмінності іншого за умови відсутності змін в обсязі реалізації у кредит (дебіторської заборгованості) та коефіцієнті співвідношення собівартості й ціни одиниці товару;

- одночасне зростання (зниження) усіх або двох чи трьох (за відсутності змін серед решти) чинників: обсягу реалізації в кредит (дебіторської заборгованості), коефіцієнта співвідношення собівартості й ціни одиниці товару, періоду кредитування покупців, періоду прострочення платежів покупцями;

- швидші (повільніші) темпи зростання одних ніж темпи зниження (зростання) інших чинників: обсягу реалізації в кредит (дебіторської заборгованості), коефіцієнта співвідношення собівартості й ціни одиниці товару, періоду кредитування покупців, періоду прострочення платежів покупцями.

Список використаних джерел

1. Нашкерська М. М. Управління дебіторською заборгованістю у структурі оборотного капіталу підприємства / М. М. Нашкерська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2009. – № 647 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 136–140.
2. Бланк И. А. Управление активами / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2000. – 715 с.

Соловйова С.В.

студентка 3 курсу

Бердянський економіко-правовий коледж

м. Бердянськ, Україна

Науковий керівник: ст. викладач кафедри менеджменту Трикоз І.В.

СФЕРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вибір конкретної сфери підприємницької діяльності пов'язаний з поділом народного господарства на сфери та галузі, а також з обмеженнями держави щодо певних видів діяльності.

Двома основними сферами для зайняття підприємницькою діяльністю є матеріальне та нематеріальне виробництво (або сфера послуг).

У сфері матеріального виробництва підприємець може орієнтуватися на побудову підприємств, які виготовлятимуть засоби виробництва (машини, верстати, устаткування, транспортні засоби, будівлі, споруди, дороги тощо) або предмети споживання (одяг, взуття, продукти харчування, предмети широкого вжитку: посуд, пральні машини тощо).

Основними галузями народного господарства є промисловість, сільське господарство, будівництво, рибальство, лісове господарство, вантажний та пасажирський транспорт, зв'язок (радіо, телебачення, телефон, пошта, мобільний зв'язок), громадське харчування тощо.

Згідно з прийнятою в розвинутих країнах класифікацією у сфері послуг надаються послуги матеріально-виробничого та нематеріального характеру.

До послуг матеріально-виробничого характеру, наданням яких може зайнятися підприємець, належать:

- 1) частина послуг транспорту, торгівлі, зв'язку;
- 2) матеріальні послуги населенню (хімчистка, прання, ремонт і обслуговування автомобілів, електроприладів, годинників, меблів, одягу, взуття, ювелірних виробів тощо);
- 3) готельні послуги;
- 4) послуги з виробництва та обігу (організація та налагодження управління виробництвом: створення підприємств, приватизація, перехід на інші форми власності та організаційно-правові форми, аудиторські послуги тощо);
- 5) різноманітні науково-дослідні та допоміжні лабораторії, проектно-конструкторські бюро; агентства з прокату устаткування: передрук і стенографія, проектування інтер'єрів, виготовлення та прикрашення вітрин та багато інших.

До послуг нематеріального характеру відносять послуги у сфері науки, освіти, охорони здоров'я, господарського використання нерухомості, страхування, юридичні послуги тощо. Так, у сфері науки дрібні й середні вузькоспеціалізовані підприємства можуть виконувати такі операції:

- 1) здійснювати спеціальні розрахунки для крупних компаній, складати програмне забезпечення, розробляти окремі частини інженерних проектів;
- 2) провадити лабораторні та стендові випробування (фіксувати виконані роботи у формі патентів);
- 3) продукувати нові ідеї, здійснювати відкриття і винаходи, пропонувати «ноу-хау» (сукупність технічних знань та виробничого, комерційного досвіду, відповідної інформації, необхідних для виготовлення певного виробу; неопубліковані винаходи, які використовують у ліцензійних угодах тощо). Інформацію на зразок «ноу-хау» передають у формі креслень, проектів, схем, техніко-економічних обґрунтувань, методик, розрахунків тощо.

Отже, відкриття та ведення підприємницької діяльності в Україні є нелегкою справою. А найскладнішою проблемою для підприємців виступає дефіцит фінансових ресурсів для організації власної справи. Важливими перепонами є також відсутність приміщень та устаткування, нестача кваліфікованого персоналу, труднощі з придбанням необхідних сировини та

матеріалів, високі ставки податків та зборів, недостатня власна кваліфікація, труднощі у доступі до інформації тощо.

*Солодовникова К.В., студ. 1-м курсу,
спец. «Облік і оподаткування»,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доц. Довжик О.О.*

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

В нинішніх умовах ринкової економіки важливим значенням є правильна організація управлінського обліку на підприємстві та формуванню собівартості продукції для покращення прибутку підприємства.

Вивченням питання організації обліку витрат на виробництво продукції приділяло значну увагу багато вітчизняних науковців, серед яких Бутинець Ф.Ф., Голов С.Ф., Карпова Т.П., Малюга Н.М., Нападовська Л.В., Огійчук М.Ф. Плаксієнко В.Я., Чижевська Л.В. та ін.

На сьогодні в системі обліку здійснюється постійна орієнтація національних стандартів обліку на загальноприйняті – міжнародні стандарти фінансової звітності [1]. До введення міжнародних стандартів бухгалтерського обліку в Україні поняття витрати та собівартість майже не відрізнялись, бо на кожен вид продукції розподіляли всі статті по мірі її виготовлення. Принципи виникнення витрат та відображення їх в бухгалтерському обліку визначє Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати". Згідно якого витратами є зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, яке призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками).[2]

Витрати не можна прямо пропорційно пов'язати з доходами підприємства. Якщо актив передбачає одержання економічних вигод у майбутньому, то витрати навпаки розподіляються систематично щодо нього у вигляді амортизаційних відрахувань, що дає змогу розподілити строк його корисної експлуатації на весь період. Але також є непередбачувані витрати для здійснення позапланового ремонту того чи іншого активу, що негативно відображається на доходах підприємства. На підприємствах витрати класифікують за окремими ознаками. Групування відбувається за видами, місцями виникнення та носіями витрат. Однак традиційні класифікування витрат, що створені впродовж минулих років не зовсім відповідають сучасним нормам та стандартам, оскільки ґрунтуються на калькулюванні продукції з метою визначення фінансових результатів. Завданнями управлінського обліку є прогнозування витрат в майбутньому та недопущення виникнення непередбачуваних витрат; контроль за витратами в залежності місць їх виникнення; швидке прийняття рішень та доступ до інформації щодо майбутніх витрат.

Класифікація та групування витрат найбільш детально розглянуті в П(С)БО 16 «Витрати». За названим стандартом витрати класифікуються залежно від виду діяльності, за економічними елементами і статтями витрат. Крім того, виділяють також прямі і непрямі витрати, змінні і постійні, поточні витрати, витрати минулих та майбутніх періодів та надзвичайні витрати. Щодо порівняння витрат за елементами, то слід відзначити, що МСФЗ передбачає класифікацію за характером витрат та функцією витрат. Важливим в обліку є визнання витрат. За МСФЗ витрати визнаються на основі безпосереднього зіставлення між понесеними витратами і прибутками по конкретних статтях доходу, що припускає одночасне визнання прибутків і витрат що виникають безпосередньо і спільно від одних і тих же операцій або інших подій [2].

Актуальності набуває визначення концептуально покращених методів класифікації витрат з метою розробки зручнішої моделі групування витрат, яку б могли застосувати підприємства з різним ступенем розвитку економіки, для яких групування витрат займало невеликих зусиль та витрат часу, яке було б зрозуміле всім користувачам, які мають доступ до такої інформації на підприємстві. Важливо також не лише розуміти визначення виробничих витрат, але й орієнтуватись у взаємозв'язку витрат з прибутком. Зі збільшенням витрат, знизиться і прибуток підприємства.

Варто наголосити, що в зарубіжній практиці великого поширення на підприємствах набуває метод "директ-костинг", який ще називають методом обліку неповної собівартості. На вітчизняних підприємствах даний метод ще не набув значного використання через те, що вступає у протиріччя з вимогами податкового та бухгалтерського обліку. В основу цього методу покладено облік витрат за виробами або групами виробів тільки щодо прямих витрат: основні матеріали, купівельні напівфабрикати та основна заробітна плата працівників. Цей метод дає змогу знизити трудомісткість облікових операцій і оперативно здійснювати розробку проектів управлінських рішень з врахуванням впливу собівартості продукції. Однак при цьому спостерігається ототожнення прямих витрат зі змінними. [3]. Даний метод базується саме на визначенні змінних виробничих витрат. В цьому випадку основні труднощі полягають у відокремленні постійних витрат. Чи не найскладнішою проблемою нинішніх підприємств є вибір методів обліку витрат та калькулювання продукції. Існуюча модель класифікації витрат та собівартості дає можливість зіставити різні варіанти обліку витрат. Хоча нинішня модель групування витрат за ознаками і не є досконалою, але вона є дієвою та нею користуються багатий проміжок часу та орієнтуються для зіставлення квартальної та річної звітності.

Отже, однією з найважливіших проблем функціонування підприємств України в ринкових умовах є налагодження системного контролю за витратами як основного засобу досягнення належної ефективності діяльності. Вирішенню цієї проблеми має сприяти управлінський облік, або система управління витратами.

Список використаних джерел

1. Ромашко О.М. Оцінка та облік витрат за міжнародними стандартами звітності // Проблемы материальной культуры – Экономические науки. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/12/92419/27-Romashko.pdf> (дата звернення 12.01.2018 р.).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>
3. Гнилицька Л. Прийняття управлінських рішень на основі обліку інформації системи "директ-костинг"//Л.Гнилицька / Бухгалтерський облік і аудит. - 2007. - № 3. – С.24-37

*Співак І. О.,
напряом підготовки 6.030509 «Облік і аудит», СВО «Бакалавр»,
Пилипенко К. А.,
д.е.н., доцент кафедри організації обліку та аудиту,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОБЛІК РАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ: ДОСВІД США

Заробітна плата в системі обліку є одним із найважливіших об'єктів обліку. Відповідно до МСБО 19, виплати працівникам – це всі форми компенсації, що їх надає суб'єкт господарювання в обмін на послуги, надані працівниками [3].

Важливою тенденцією у розвинених країнах є підвищення рівня оплати праці, що зумовлене дією таких чинників: зростання витрат на підготовку спеціалістів, зростання рівня кваліфікації працівників; підвищення рівня життя; посилення соціального захисту з боку держави; активна позиція працівників у відстоюванні власних прав на оплату праці; зміна ставлення роботодавців до можливостей та ролі людини в забезпеченні високих результатів виробництва [2].

Система обліку оплати праці в кожній країні має ряд особливостей. У зарубіжних країнах, розумова праця оплачується значно вище, ніж фізична. За даними досліджень у Німеччині вона на 20 % перевищує заробітну плату робітників; Франції і Бельгії на 61 %, в Італії і Данії на 22 %; у Люксембурзі на 44 %.

У США широко розвинена система стимулів і заохочень робітників, діє. Так, щоб зацікавити талановитих інженерів у продуктивній роботі, розробці та застосуванні досягнень науково-технічного прогресу їх середня оплата праці майже в двічі більша, за середню заробітну плату робітників. Нарахування заробітної плати здійснюється за принципом «оцінювання заслуг», який дозволяє застосовувати різні методи оцінки працівників однакової кваліфікації, але з різними виробничими та особистісними характеристиками

[4].

Стимулювання перспективних працівників здійснюється у вигляді грошових винагород, пільг або безкоштовних послуг з фондів соціального споживання. Поширюються програми надання акцій співробітникам на пільгових умовах. При позитивній оцінці праці працівника його заробітна плата щорічно підвищується.

Деякі фірми США використовують гнучкі системи оплати праці, за яких премії працівників взаємопов'язані з прибутковістю підприємства. Використання подібних систем сприяє одночасному підвищенню рівень оплати праці та збільшенню продуктивності праці і прибутковості виробництва, зменшення плинності кадрів.

У США в деяких галузях вартість робочої сили досягає більше половини витрат [5]. Значення обліку заробітної плати полягає в тому, що роботодавець зобов'язаний вести звітність, що підтверджує зобов'язання щодо нарахування заробітної плати і утримань з неї. Система обліку заробітної плати потребує суворого контролю і ефективної обробки даних, а також регулярного інформування відповідних фінансових органів.

Необхідно розрізняти постійних (штатних) співробітників і підрядників (працівників, що виконують роботу по договору - підряду). Правила обліку заробітної плати застосовуються до штатних працівників фірми. Сумісники не є працівниками даної фірми і тому система обліку заробітної плати на них не поширюється. Вони пропонують послуги фірмі за винагороду, але не знаходяться під її прямим наглядом або контролем.

Існують три види зобов'язань, пов'язаних з нарахуванням заробітної плати:

- 1) Заборгованість із виплати заробітної плати.
- 2) Заборгованість по податках, що стягуються з заробітної плати.
- 3) Заборгованість за іншими утримань із заробітної плати.
- 4) Заборгованість по оплаті відпусток.

Крім визначення мінімального рівня заробітної плати Закон про справедливі умови праці в США впорядковує виплати за роботу в понаднормовий час.

Програма соціального забезпечення в США фінансується за рахунок утримання податків з робітників, службовців, підприємців та осіб, що займаються малим бізнесом. Ця програма забезпечує інтереси близько 90% працюючого населення США [5].

Розглянемо облік заробітної плати на прикладі США. Рахунок «Витрати на оплату праці» призначений для узагальнення суми витрат, пов'язаних з використанням робочої сили. Спеціальним рахунком для обліку чистої заробітної плати (суми, яка повинна бути виплачена працівникам після всіх можливих утримань із заробітної плати) є рахунок «Заробітна плата до виплати»

Утримання і нарахування на заробітну плату у США поділяються на:

відрахування і податки, які повинен сплачувати працівник; обов'язкові нарахування, пов'язані з фондом заробітної плати, які підлягають сплаті роботодавцем

Із заробітної плати у США утримують: федеральний прибутковий податок; прибутковий податок штату; федеральні внески на соціальне страхування, які використовуються на пенсійне забезпечення, допомогу в разі непрацездатності та медичне обслуговування.

Федеративний індивідуальний прибутковий податок, змінюється залежно від величини заробітної плати і наявності певних пільг чи знижок у працівника, його ставка може коливатись від 10,5% до 39.6%.

Із заробітної плати також сплачується прибутковий податок штату, який визначається залежно від місця проживання людини. У США також виділяють вісім «безподаткових» штатів, у яких цей податок взагалі не стягується.

Законом про соціальне забезпечення визначено збір, який сплачується як і з доходу працівника так і роботодавцем у рівних частинах. Для відрахувань на обов'язкове соціальне встановлено ставку 7,15 % для перших \$42,000, отриманих кожним працівником протягом року [1].

Отже, оплата праці є одним з найважливіших об'єктів обліку. Розмір виплат працівникам у більшості розвинених країн залежить від рівня їх кваліфікації та продуктивності праці. Система обліку рахунків за виплатами у США є складною і прогресивною, оскільки окрім основної заробітної плати тут функціонує система надбавок та матеріальних заохочень, а розмір більшості відрахувань та утримань змінюється пропорційно розміру заробітної плати

Список використаних джерел:

1. Кесарчук Г. С. Облік нарахування та утримання із заробітної плати в США і в Україні: порівняльні аспекти / Г. С. Кесарчук, В. В. Пінзель. // III Міжнародна науково-практична конференція «Удосконалення обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в сучасних умовах інтеграційних процесів у світовій економіці». – 2018.

2. Лучко М. Р. Бухгалтерський облік в зарубіжних країнах : [навч. посіб.] / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 370 с.

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 Виплати працівникам, виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку від 1 січня 1999 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_011

4. Шмиголь Н. М. Сучасні тенденції в організації оплати праці в зарубіжних країнах у розрізі систем оплати праці / Н. М. Шмиголь, Д. С. Монастирська, А. А. Антонюк // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. - 2016. - № 2. - С. 71-75. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2016_2_14.

5. «Все про бухгалтерський облік». – 2010. - № 8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: / www.knigi.tr 200.ru/f.ph

*Стукалова К.С.
магістрант за спеціальністю «Облік і оподаткування»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Полятикіна Л.І.
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ, СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні інформаційні системи і технології в бухгалтерському обліку поступово змінюють звичну структуру управління на підприємстві. Робота кваліфікованого бухгалтера стає більш спрямованою на вдосконалення організації обліку. Проте при організації обліку на підприємстві часто виникає питання про доцільність впровадження інформаційних систем.

Особливий внесок у розв'язання теоретичних і методологічних питань формування та розвитку інформаційних систем і технологій в обліку зробили такі вчені: Ф.Ф. Бутинець, Р.М. Захарченко, С.В. Івахненко, М.В. Карамушка, Т.Г. Кірюшатова, М.М. Коцупатрий, В.Є. Ходаков та інші. Наукові теоретичні та практичні розробки даної проблеми є досить актуальними.

У процесі управлінської діяльності інформація стала більш важливим ресурсом, ніж матеріальні, енергетичні, трудові та фінансові ресурси. Вона використовується для аналізу та прийняття управлінських рішень. Інформаційні системи передбачають використання інформаційних технологій.

Будь-яка інформаційна система характеризується наявністю технології перетворення вихідних даних у результатну інформацію. Тому інформаційна технологія не може існувати окремо від технічного і програмного середовища.

Метою функціонування інформаційної системи та технологій в обліку на підприємстві є забезпечення зацікавлених осіб фінансовою інформацією для прийняття обґрунтованих рішень при виборі альтернативних варіантів використання обмежених ресурсів [1].

При введенні автоматизованої системи обліку на підприємстві необхідно оцінити ризик відставання від конкурентів у результаті неминучого старіння комп'ютерної програми, тому що програмні продукти, як і інші види матеріальних активів, мають надзвичайно високу швидкість заміни новими видами або версіями. Далі слід оцінити масштаби комп'ютеризації.

Саме після того, як сплановано процес організації обліку та визначені масштаби і завдання комп'ютеризації бухгалтерського обліку, слід приділити увагу безпосередньо питанню вибору програмного продукту [2].

Можна визначити наступні переваги, які виникають при застосуванні інформаційних систем і технологій: програмний продукт автоматизації обліку

можливо швидко ввести в експлуатацію, а при зміні масштабів діяльності підприємства, підходів до управління чи організації облікових робіт – переналаштувати з мінімальними затратами часу та фінансових ресурсів; облікові дані реєструються та зберігаються в єдиній інформаційній базі; широкі можливості для планування діяльності; можливість постійного ведення оперативного контролю; ергономічний інтерфейс автоматизованих програм обліку забезпечують доступність засвоєння інформації та високу швидкість роботи для фахівців.

Слід очікувати і проблеми, які можуть виникнути на підприємстві при впровадженні автоматизованої системи обліку: навчання персоналу, підготовка обліку до автоматизації, введення облікових даних, витрати на технічну підтримку, витрати на періодичні оновлення програмного продукту. Для підприємств виявляється істотною можливістю поетапного впровадження інформаційної системи з можливістю першочергової автоматизації найбільш проблемних ділянок [3].

Таким чином, важливою характеристикою є оцінка саме економічного ефекту від впровадження автоматизованої системи. Впровадження інформаційних систем і технологій в облік підприємств може у результаті не лише призвести до зниження витрат на здійснення інформаційного обміну даними, підвищення оперативності інформаційної системи та запобігання втратам від помилок у звітності, а й стати наслідком, що спрямований на вдосконалення організації обліку.

Список використаних джерел

1. Кузьмінський Ю. Оцінка ефективності впровадження інформаційних технологій у бухгалтерський облік [Текст] / Ю. Кузьмінський // Бухгалтерський облік і аудит: Всеукраїнський щомісячний науково-практичний журнал. – 2011. – №7. – С. 27-31.
2. Левицька С.О. Автоматизація бухгалтерського обліку як визначальний фактор ефективності облікової системи вітчизняних підприємств [Текст] / С.О. Левицька, А.В. Романюк // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2010. – №2. – С. 156-163.
3. Сава А.П. Проблеми і перспективи застосування облікових комп'ютерних технологій в управлінні аграрними підприємствами [Текст] / А.П. Сава // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 3. – С. 193-199.

*Сумцов А.О.
магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Науковий керівник Устік Т.В.
к.е.н., доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університету*

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗДІЙСНЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Провідною ланкою функціонування підприємства є маркетингові комунікації, які сьогодні посідають центральне місце серед інструментів конкурентної боротьби. Посилення ролі комунікацій у боротьбі за споживача обумовлено особливостями сучасного мінливого та непередбачуваного маркетингового середовища та вітчизняного ринку будівельних матеріалів. Найбільш гостро ця проблема постає у сфері торгівлі та бізнесу, специфіка споживчого попиту, галузеві особливості діяльності підприємства та динамізм розвитку підприємств торгівлі зумовлюють активне застосування за сучасних умов не стільки цінових, скільки нецінових форм конкуренції, які виявляються у підвищенні якості торговельного обслуговування, розширенні та наданні додаткових послуг, формуванні та підтримці позитивного іміджу торговельного підприємства.

Окремі проблеми розвитку маркетингових комунікацій досліджували такі зарубіжні вчені-економісти: Мозер К., Дойль П., Бернет Дж., Моріарті С., Леві М., Вейтц Б.А., Ян В. Віктор, Сіняєва І.М., Маслова Т.Д., Божук С.Г. та ін. Розгляд комунікацій як ресурсу представлено у працях вітчизняних вчених Павлинка А.Ф., Войчак А.В., Примак Т.О., Голубкової О.М., Балабанової Л.Г. Особливості формування та розвитку маркетингових комунікацій розглянуто у працях Лемана Р., Віннера Р., Леві М., Вейтц Б.А., Бланка І.О., Мазаракі А.А., Ушакової Н.М. та ін. Вивчення опублікованих праць свідчать про недостатню розробку принципово важливих питань, пов'язаних з визначенням сутності маркетингових комунікацій в підприємствах торгівлі, обґрунтуванням бюджету маркетингових комунікацій та ефективності використання елементів комунікаційної політики.

Маркетингові комунікації, як один з інструментів маркетингу, забезпечують ефективну діяльність підприємства в умовах ринку та включають у себе різноманітні інструменти, що швидко розвиваються і вдосконалюються.

Досягнення маркетингових цілей підприємства передбачає розробку програми маркетингових комунікацій з двома взаємозалежними цілями – зробити товар відомим і привабливим. Така програма використовує такі елементи маркетингових комунікацій як рекламу, стимулювання збуту, паблік рилейшнз, персональний продаж. Кожний інструмент у комплексі

маркетингових комунікацій має високу результативність, якщо застосовується за призначенням з урахуванням особливостей цільової аудиторії та ринкової ситуації, є можливість комбінувати елементи комунікацій для покращення позицій підприємства та врахування смаків та вподобань споживачів.

Вирішальною обставиною для успіху продукції на ринку є суб'єктивне сприйняття споживачами об'єктивних переваг продукції. Звернути увагу потенційного покупця на товар, проінформувати його про переваги виробу і заохотити його до покупки - завдання, яке вирішує реклама. Витрати на рекламу щорічно збільшуються, реклама є рушійним інструментом впливу на збільшення попиту, особливо на ринках, де цінової конкуренції майже відсутня. Для того, щоб цілеспрямовано використовувати рекламу як інструмент комунікації між підприємством і потенційним покупцем, необхідно провести сегментування ринку з урахуванням смаків та потреб споживачів, на яких буде спрямована реклама. Зміст реклами та її оформлення повинні мати таку форму, щоб покупець зрозумів, що він зможе задовольнити свої індивідуальні потреби саме цією продукцією. Серед основних рекламних засобів найбільш вагомими є телевізійна та радіореклама; проведення рекламних заходів щодо участі в виставках та ярмарках; оголошення в газетах і часописах; проспекти; рекламні плакати; світлова реклама. Рекламні засоби досягають своєї цільової групи споживачів за допомогою носія реклами – правильного вибору рекламного продукту з урахуванням засобів інформації та складання рекламного бюджету.

На певних етапах процесу купівлі, особливо на етапах формування уподобань, переконання та заохочення до дії, персональний продаж стає найефективнішим засобом маркетингових комунікацій. Техніка персонального продажу має кілька унікальних особливостей порівняно з рекламою. Вона включає особистий контакт двох або кількох людей, під час якого учасники пристосовуються до потреб та характеру один одного. Персональний продаж сприяє також виникненню найрізноманітніших стосунків від формальних продавець-покупець до дружніх, гарантує створення довготривалих привілейованих стосунків з клієнтами, а головне - персональний продаж змушує покупців певним чином реагувати на звернення.

Для створення та підтримання доброзичливих відносин і взаєморозуміння між підприємством та партнерами і споживачами, як місцевими, так і закордонними існує такий інструмент маркетингових комунікацій як паблік рілейшнз. За допомогою іміджевий статей в газетах, участі в різноманітних виставках підприємство повідомляю громадскість про усі новини, які відбуваються на торговельному підприємстві.

Можливість одержати, зберегти й опрацювати повну історію взаємодії клієнта з підприємством через інструментарій маркетингових комунікацій дає ряд переваг, досліджуване підприємство може застосувати різноманітні методи аналізу для одержання знань на основі даних, зокрема, спрогнозувати, який саме товар клієнт захоче купити в майбутньому. Торговельне

підприємство повинно провести сегментацію аудиторії, проаналізувати ефективність роботи конкретного каналу збуту, успішність рекламної кампанії, оптимально завантажити свою збутову і сервісну мережу, забезпечити якісне обслуговування та задовільнити потребу клієнтів. Давно відомо правило Парето 80/20, яке говорить про те, що 20% клієнтів приносять 80% прибутку. Тому важливо визначити характеристики, особливості, портрет зацікавленої групи споживачів, запропонувати новинки-товарів, зякісний клієнт-сервіс та закріпити позиції на ринку

Ефективне застосування елементів комунікаційної політики буде сприяти позитивному ставленню клієнтів до досліджуваного підприємства та підтримки дружніх та партнерських взаємозв'язків. Сьогодні, як ніколи, більшість підприємств стоять перед необхідністю пошуку засобів продавати все більше і найкращим способом. Дрібні рекламні сувеніри вже стали невід'ємною частиною будь-якого бізнесу. З метою створення умов виняткової зручності для наших клієнтів підприємства пропонують нанесення рекламної інформації на різного роду рекламні сувеніри.

Комплекс запропонованих маркетингових заходів дозволить підприємству ефективно засосовувати інструментарій складових комунікаційної політики підприємства, підтримувати позитивний імідж компанії, що склався за роки її існування, забезпечувати споживачів необхідною інформацією та отримати бажаний результат від проведення рекламної компанії та заходів стимулювання збуту.

Список використаних джерел

1. Балабанова, Л. В. Рекламний менеджмент [Текст] : підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. - К. : ЦУЛ, 2013. - 392 с.
2. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібн. / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєва. – К. : ВД «Професіонал», 2008. – 160 528 с.
3. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
4. Норіцина Н. І. Маркетингова політика комунікацій : курс лекцій / Н. І. Норіцина. – К. : МАУП, 2003. – 120 с.

Сухостваець А.І.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
Сумський Національний аграрний університет,
м. Суми, Україна*

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємницька діяльність містить в собі різні аспекти в тому числі і жіноче підприємництво, яке розвивається в Україні. Актуальність даної теми пов'язана з формуванням у свідомості суспільства стереотипів, пов'язаних з гендерними аспектами, яке пояснюється соціально-економічним становищем, історичним досвідом відповідно до якого жінка не вважалася такою, що може

ефективно займатися бізнесом. Питанням жіночого підприємництва приділяється увага, але незважаючи на це, в нашій країні, воно розвивається суперечливо. Для встановлення рівності прав на державному рівні було прийнято окремі нормативні документи, які підтверджували рівність прав та свобод чоловіка та жінки. Охарактеризуємо деякі з них.

Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації» від 6 вересня 2012 року № 5207-VI [1] визначає організаційно-правові засади запобігання та протидії дискримінації з метою забезпечення рівних можливостей щодо реалізації прав і свобод людини та громадянина. Дія цього Закону поширюється на відносини між юридичними особами публічного та приватного права, місцезнаходження яких зареєстровано на території України, а також фізичними особами, які перебувають на території України а також на такі сфери суспільних відносин як: громадсько-політична діяльність; державна служба та служба в органах місцевого самоврядування; правосуддя; трудові відносини, у тому числі застосування роботодавцем принципу розумного пристосування; охорона здоров'я; освіта; соціальний захист; житлові відносини; доступ до товарів і послуг; на інші сфери суспільних відносин. Він забронює пряму і непряму дискримінацію, в тому числі за ознакою статі.

Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 8 вересня 2005 року N 2866-IV [2] націлений на досягнення паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства шляхом правового забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, ліквідації дискримінації за ознакою статі та застосування спеціальних тимчасових заходів, спрямованих на усунення дисбалансу між можливостями жінок і чоловіків реалізовувати рівні права. Метою цього закону є досягнення паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства шляхом правового забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, ліквідації дискримінації за ознакою статі та застосування спеціальних тимчасових заходів, спрямованих на усунення дисбалансу між можливостями жінок і чоловіків реалізовувати рівні права, надані їм Конституцією [3] і законами України.

Основні засади гендерної політики держави формує Верховна Рада України, зокрема Комітет Верховної Ради України з прав людини, національних меншин та міжнаціональних відносин та Підкомітет з міжнародно-правових питань та гендерної політики Верховної Ради України, які застосовують у законодавчій діяльності принципи забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, у межах, передбачених Конституцією України; здійснюють парламентський контроль за виконанням законодавчих актів з питань забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків.

Також Наказом Міністерства соціальної політики від 8.06.2012 №345 «Про Експертну раду з питань розгляду звернень за фактами дискримінації за ознакою статі» створено відповідний орган [4]. Основними завданнями

Експертної ради є: розгляд звернень за фактами дискримінації за ознакою статі від органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, неурядових організацій, громадян з метою надання експертної оцінки та вжиття відповідних заходів; розгляд питань щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в Україні; підготовка рекомендацій центральним та місцевим органам виконавчої влади, органам місцевого самоврядування, підприємствам, установам та організаціям всіх форм власності, об'єднанням громадян, іншим установам та організаціям щодо усунення виявлених порушень з питань гендерної дискримінації; підготовка пропозицій щодо внесення змін до актів законодавства з метою їх відповідності принципу забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, недопущення всіх форм дискримінації за ознакою статі.

Незважаючи на достатню кількість нормативних актів стосовно гендерної рівності на даний момент існують також і перешкоди в розвитку жіночого підприємництва.

Можемо погодитися з думкою Н. Олійник, що перешкодами підприємницької активності жінок є недостатність у них ресурсів та навиків, акумульованих у попередні періоди, адже за часів СРСР були повністю знищені приватна власність і приватна ініціатива. Важливими також є перешкоди пов'язані із соціалізацією: часто самі жінки не хочуть займатися бізнесом, тому що сфера бізнесу нерідко асоціюється із негативними явищами такими, як «кримінал», «обман» тощо. Особливості гендерної соціалізації та виховання, які надають перевагу слухняній поведінці над розвитком лідерства та власних ініціатив у дівчат, обмежують появу жінок-лідерів, які готові вступити у конкуренцію, ризикувати[5].

Погоджуємося також із В. Суковатою, яка вважає, що перешкодою для підприємницької активності жінок є те, що в Україні ще на жаль відсутня модель «успішної жінки», яка б не перекривалася парадигмою «вдалого чоловіка».

Також проблемами, які ми хотіли б виділити є: нерівність оплати чоловіків та жінок за однаково виконану роботу, середня тривалість життя чоловіків та жінок, кількість витраченого часу на хатню роботу чоловіка та жінки.

Одним з видів підприємницької діяльності, де могли б зарекомендувати себе жінки як справжні господині - це сільський зелений туризм. Він може бути джерелом поповнення бюджету об'єднаної територіальної громади та місцем працевлаштування для сільських жінок. На думку Вікторії Шаповалової власниці садиби сільського зеленого туризму «Козацька січ» у селі Конstantинівка Недригайлівського району Сумської області починати свій бізнес не просто, потрібні ресурси. На допомогу підприємцям може прийти тісна співпраця з кластерами, такими як «Посулля» та об'єднанням підприємців Недригайлівщини і обласною державною адміністрацією[6]. Тому збільшення активності жінок у суспільному житті повинно

забезпечуватися прозорістю у роботі урядових органів, у сфері підприємництва та приведе до покращення управління загалом і зменшить рівень коруптованості [5].

Підсумовуючи вищенаведене вважаємо за потрібне, що для реалізації поставлених завдань щодо гендерної рівності в питаннях провадження підприємницької діяльності необхідно здійснити гендерний аудит. Він має на меті розвинути та сприяти впровадженню моделей з попередження та зменшення тиску на жінок-підприємців, сексуальних домагань та перешкоджанню їх діяльності.

Список використаних джерел:

1. Про засади запобігання та протидії дискримінації. Закон України від 6 вересня 2012 року № 5207-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17>.
2. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Закон України від 8 вересня 2005 року N 2866-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15>.
3. Конституція України прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
4. Про Експертну раду з питань розгляду звернень за фактами дискримінації за ознакою статі. Наказ Міністерства соціальної політики від 8.06.2012 №345. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0345739-12>.
5. Олійник Н.Ю. Жіноче підприємництво в Україні: особливості та перспективи. Фінансовий простір. № 2 (18). 2015. С.408-414.
6. Суковата В. Стереотипи підприємництва у масовій свідомості: гендерний аналіз. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2001. № 2. С.131–143.
7. Шовкопляс С. Коли постане нова ера підприємництва? Ділові новини. Вісник торгово-промислової палати. №4(116). 2016. С. 4-6.

Східницька Г. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Марків Г. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Львівський національний аграрний університет

м. Дубляни, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАХ

Вступ. В сьогоднішніх умовах господарювання багато хто вважає, що єдиною метою підприємця є отримання прибутку, проте це не так. Дійсно, кінцевою метою діяльності підприємця є забезпечення її прибутковості шляхом раціональної організації праці та засобів виробництва. Але діяльність підприємця спрямована на створення умов задля успішного функціонування

його бізнесу, виходячи з того, що прибуток не є причиною здійснення підприємницької діяльності, а лише результатом її успішної діяльності.

Формування і функціонування соціально орієнтованого та економічно ефективного підприємництва можливі за умови створення належного підприємницького середовища, що має інтегрувати в собі сприятливу суспільно-економічну ситуацію в країні (регіоні), спиратися на розвинену ринкову економіку з відповідними активними правовими та соціально-економічними регуляторами й ринковою інфраструктурою.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в нашій державі стрімко зростає фіктивне підприємництво під яким розуміється створення або придбання суб'єктів підприємницької діяльності (юридичних осіб) з метою прикриття незаконної діяльності або здійснення видів діяльності, щодо яких є заборона. Фіктивне підприємництво є злочином. Такі злочини набули масштабів, що дедалі більше становлять загрозу економічній безпеці України. Це відбувається через несприятливі умови для ведення офіційного бізнесу. Також однією з проблем є те, що в підприємства поряд із прибутковими секторами діяльності є багато збиткових виробництв. Метою розукрупнення при цьому є виокремлення підрозділів, які є санаційно спроможними, і їх подальше фінансове оздоровлення, зокрема й за допомогою приватизації. Структурні підрозділи, які не підлягають санації, залишаються в організаційній структурі підприємства, яке з часом оголошується банкрутом [1, С. 49]. Крім кризового забарвлення, специфіка економічної ситуації в Україні має широкий спектр ознак гіпотетичної моделі національного господарювання [2, С. 19].

Створення організаційно-економічних передумов для підтримки та удосконалення підприємницької діяльності є надзвичайно важливим кроком у здійсненні державної політики. До їх переліку слід віднести:

- практичну реалізацію державної системи підтримки всіх напрямів підприємництва (завершення формування належної ринкової інфраструктури; реалізація системи фінансової підтримки підприємництва, включаючи формування стартового капіталу; створення умов для зовнішньоекономічної діяльності; започаткування прогресивної системи підготовки кадрів для сучасного бізнесу; максимально можлива активізація малого підприємництва);

- сприяння залученню вітчизняних та іноземних інвестицій для розвитку підприємництва в регіоні;

- створення економічних, правових і соціальних передумов, що забезпечували б розвиток ефективного бізнесу (прискорення виходу вітчизняної економіки з кризового стану, стабілізації економічної та політичної ситуації; швидке завершення реальної трансформації відносин власності; розширення прав органів місцевого самоврядування [3, С. 43-55]; забезпечення державних гарантій свободи підприємництва [4]; зміцнення національної грошової одиниці; зниження інфляції до мінімальних меж);

- виконання державних та регіональних програм, створення фінансово-економічних та організаційно-правових умов розвитку малого підприємництва в регіоні;
- вирішення соціальних проблем зайнятості населення, створення нових і збереження існуючих робочих місць;
- підтримку вітчизняного товаровиробника та збільшення випуску конкурентоспроможних товарів на ринку України.

Висновки. Аналізуючи кількісні показники розвитку бізнесу, на основі чого можна отримати часткового уявлення про їх складні умови функціонування, приходимо до висновку, що малий бізнес очікує втручання у вирішення проблем стосовно:

- законодавчого середовища та його мінливості, а саме зменшення та зведення до мінімуму нестабільного законодавства.
- неформальних відносин, а саме підвищення прозорості діяльності влади.
- підвищення рівня кваліфікації робочої сили, розвитку інфраструктури малого бізнесу.
- створення рівних умов для ведення бізнесу, а саме: зниження заповнення ринку дешевшою імпортною продукцією, зменшення росту конкуренції, збільшення виробничих площ для розширення бізнесу.
- формування ефективних механізмів взаємодії малого бізнесу та місцевої влади.

На основі зробленого аналізу пріоритетними напрямками, на які необхідно активно впливати є:

- ✓ активізація співпраці з фізичними особами – підприємцями шляхом координації дій з їх асоціаціями чи безпосередньо [5];
- ✓ вдосконалення механізмів виділення земельних ділянок для будівництва виробничих та офісних споруд і покращення ефективності використання наявних фондів, зокрема комунального майна;
- ✓ вивчення та поширення успішності досвіду щодо формалізації стосунків бізнесу та влади;
- ✓ залученню представників бізнесу до вдосконалення навчальних планів з врахуванням місцевих потреб тощо;
- ✓ запровадження практики стратегічного планування на рівні місцевих органів влади з метою вироблення стратегічних напрямків місцевого розвитку малого бізнесу;
- ✓ підсилення ролі інститутів громадських приймалень при обласній та районних державних адміністраціях;
- ✓ спрощення процедур започаткування та ведення бізнесу.

Для покращення бізнес – середовища області додатково рекомендуємо переглянути підходи органів виконавчої влади щодо розвитку інноваційних технологій у сфері малого бізнесу, посилити заходи щодо зменшення рівня криміналізації оточення бізнесу, оскільки це суттєво перешкоджає росту його

конкурентоздатності а також продовжувати ефективну роботу органів влади щодо сприяння створенню нових робочих місць та розширенню ринків збуту продукції, сприяння розвитку добросовісної конкуренції.

Список використаних джерел

1. Кондрашихін А. Б., Пепа Т. В. Теорія та практика підприємницького ризику: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
2. Донець Л. І., Романенко Л. І. Основи підприємництва: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2012. 318 с.
3. Кузькін Є. Ю., Шишко О. В. Розширення повноважень місцевого самоврядування в сучасних умовах: основні напрями та подолання перешкод. Фінанси України. 2015. № 11. С. 43-55с.
4. Жук В. І., Баталов О. А. Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва у регіонах: Аналітична записка [Електронний ресурс]: [Режим доступу]: www.niss.gov.ua/articles/903.
5. Перешкоди розвитку підприємництва в Україні та шляхи їх вирішення. [Електронний ресурс]–Режим доступу:<http://www.rusnauka.com/24>.

*Телятник М.Ю.,
здобувач вищої освіти «Бакалавр», факультету обліку та фінансів
м. Полтава, Україна
Науковий керівник – Зоря О.П.,
к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Полтавська державна аграрна академія*

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

Фінансовий ринок України має безліч проблем, однак найбільше страждають страхові компанії. Хоч страховий ринок і розширюється, однак більшість з компаній не мають достатньої фінансової стійкості та за дуже короткий термін припиняють свою діяльність, а ті хто залишився – займаються перестраховуванням, або власниками таких компаній є іноземні підприємці, яких привабила дешева робоча сила. Вітчизняні страховики користуються поганою репутацією через неякісну продукцію та низьку фінансову стійкість.

В даних умовах підвищення конкурентоспроможності страхової компанії є актуальним завданням, вирішення якого дозволить страховикам зайняти своє місце на страховому ринку та отримати певні конкурентні переваги перед іншими страховими організаціями.

Дослідженням конкурентоспроможності страховиків займалися такі дослідники, як К.Г. Гриценко , Г.В. Кравчук, О.Б. Пономарьова, В.Д. Базилевич, А.М. Єрмошенко, О.В. Меренкова, О.В. Козьменко , А.І. Чухрова, Т. В. Яворська.

Мета дослідження полягає в вивченні шляхів покращення конкурентоспроможності страхових компаній України для забезпечення їх подальшої діяльності.

Більшість страхових компаній для підвищення своєї конкурентоспроможності намагаються знизити ціни на свої послуги. Це є непоганою стратегією на початку свого розвитку, однак на довгому проміжку часу вона не виправдовує себе. Цінова конкуренція призводить до того, що страхова компанія отримує на початку значний дохід за рахунок клієнтів, яких зацікавили низькі ціни, однак вони не стануть постійними користувачами послуг, якщо інші страховики теж почнуть занижувати ціни. Найбільш ефективною стратегією є ставка на високу якість страхової послуги та її актуальність в сучасних умовах. Якість забезпечується шляхом постійного вдосконалення класичних страхових продуктів із метою залучити клієнта і запропонувати договір страхування, котрий підходить саме йому та постійного вдосконалення сервісних страхових послуг (контакт-центри, котрі обслуговують клієнтів цілодобово, електронні калькулятори для розрахунку страхових платежів на сайтах компаній, цілодобові інтернет-продажі страхових продуктів).

Орієнтація на інновації є критично важливою для успіху страхової компанії. Вони є важливою конкурентною перевагою на світовому ринку страхування. Основним причинами впровадження інновацій є [1, с. 135]:

1. Краще задоволення потреб клієнтів (страховики повинні бути інноваційними, щоб залучати та утримувати клієнтів, чий профіль і потреби розвиваються разом з технологічними і демографічними змінами. Типові рекламні канали, такі як друковані видання та телебачення, повинні доповнюватися ефективними онлайн стратегіями).

2. Отримання конкурентної переваги (у міру зростання темпів інновацій страховики, що не впроваджують інновації, можуть зіткнутися зі значно більш високими коефіцієнтами витрат в порівнянні з їх більш інноваційними конкурентами).

3. Підвищення ефективності роботи (страхування страждає від неефективності процесів і систем, і технології допоможуть їм вирішити ці проблеми. Далеко не всі компанії спочатку усвідомлюють важливість інтеграції ІТ-систем і, таким чином, недооцінюють проблеми, пов'язані з узгодженням різних операційних систем, постачальників баз даних, мов і версій програмного забезпечення і багато чого іншого).

Якщо страхова компанія ще на початку свого створення, то потрібно звернути увагу на актуальні та нові страхові послуги, які користується найбільшим попитом у споживачів. Наприклад, за результатами звіту експертів з ризик-менеджменту Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) підприємці найбільше страждають від таких ризиків: кібер ризики, природні катастрофи, ризики перерви у виробництві, ризики, пов'язані зі створенням нових технологій та інші [3].

Дуже важливою для страхової компанії є проблема обміну інформацією між страховими компаніями, держструктурами та професійними об'єднаннями страховиків. Такий обмін життєво необхідний для запобігання фактам шахрайства з боку страхувальників і для поліпшення якості обслуговування клієнтів, особливо у разі ДТП. Без оперативної, правдивої, точної інформації страховикам дуже складно приймати ефективні рішення [2, с. 18]. Якість обміну інформацією можна поліпшити за допомогою впровадження технологій управління інформаційними потоками. Це допоможе страховикам координувати дії між собою, покращити між собою взаємовідносини для покращення ефективності діяльності.

Отже, вітчизняні компанії додержуючись даних порад зможуть забезпечити ефективний розвиток страхового ринку України, завдяки поліпшенню якості страхової послуги, проведенню новітніх видів страхування, створенню єдиної бази інформації, що допоможе завоювати довіру українців до страхування та почати страховикам виходити на світові ринки страхування.

Список використаних джерел:

1. Горбач, Л. М. Страхова справа: навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. [Текст] / Л. М. Горбач. – 2-е вид., випр. – К.: Кондор, 2015. – 252 с.
2. Фурман, В. М. Страховий ринок в Україні: проблеми становлення та стратегія розвитку: автореф. д-ра екон. наук / Фурман В. М. ; Держ. Установа «Ін-т економіки та прогнозування НАН України». – К., 2016. – 36 с.
3. Звіт з ризик-менеджменту 2019 року [Електронний ресурс] : за даними Allianz Global Corporate & Specialty – Електронні дані – Режим доступу: <https://www.agcs.allianz.com/insights/white-papers-and-case-studies/allianz-risk-barometer-2019/>

Тетерюк Р.С.

здобувач вищої освіти 3 курсу, факультету економіки та менеджменту

Мороз С.Е.

к.п.н., доцент кафедри підприємництва і права

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава, Україна

ОСНОВНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Актуальність дослідження перспектив входження підприємств аграрного сектору України на ринок Європейського Союзу зумовлена стрімким розвитком і розширенням присутності вітчизняних виробників агропродовольчої продукції на світових ринках. Не зважаючи на складність та суперечливість євро інтеграційних процесів, науковці одноставні у тому, що вихід української аграрної продукції на зовнішні ринки є ознакою прогресивних змін у сільському господарстві.

Варто погодитися із тими науковцями, які вважають, що європейські орієнтири надають аграрному сектору відповідний вектор розвитку та відкривають нові можливості для відродження сільського господарства – створюють додаткові порівняльні переваги на агропродовольчому ринку в умовах глобалізації економіки [1].

Аграрна галузь здавна вважається одним із найперспективніших секторів української економіки та найпотужнішим джерелом надходжень до держбюджету. Так у 2018 році частка агропромислового комплексу у ВВП країни становила близько 17% або 340 млрд. грн. Більше 40% всього українського експорту, або близько \$ 15 млрд. (за 10 місяців 2018 р.), припало на продукцію сільгоспвиробництва, переважно – сировинну [2].

З кожним роком Україна поступово зміцнює позиції як світового експортера рослинництва. Але ставати сировинною базою для світу не варто. При існуючих тенденціях розвитку сільського господарства, залученні нової техніки, покращенні структури посівних площ, розбудовуючи майданчики для зберігання зерна, Україна може вийти на світовий ринок готової сільськогосподарської продукції. Зауважимо, що збільшуючи додану вартість на кожному етапі переробки зернових в середині країни можна не лише збільшити надходження до бюджету країни, але й активізувати відродження переробної галузі.

Як показав аналіз, у 2018 році порівняно з 2017 роком зовнішньоторговельний оборот товарами агропромислового комплексу між Україною та країнами ЄС збільшився на 11,4% і досяг понад 9 млрд. дол. США, з яких 6,3 млрд. дол. США припадає на український аграрний експорт. Як бачимо, нарощування обсягів виробництва аграрної продукції забезпечило зростання обсягів експорту (табл. 1).

Таблиця 1 – Експорт зерна у 2018/2019 МР (млн. тонн)

Культура	Станом на 18.12.2018	Станом на 18.12.2017
Пшениця (+ борошно у перерахунку на зерно)	10,2	11,1
Ячмінь	3,1	3,8
Кукурудза	7,5	4,4
Інші зернові	0,4	0,06
Всього зернових (+ борошно у перерахунку на зерно)	21,0	19,3
Прогноз експорту на 2018/2019	47,2	Факт 2017/2018 39,9

У першому півріччі 2018/2019 маркетингового періоду обсяги експорту українського зерна перевищили показники попереднього сезону. За оперативними даними митної статистики, у липні-грудні 2018/2019 МР загальний обсяг експорту зерна і продуктів його переробки (у зерновому еквіваленті) склав 23,3 млн. тонн, що на 9,8% більше, ніж в аналогічному

періоді минулого року, зокрема: пшениці вивезено 10,7 млн. тонн (на 8,1% менше), ячменю – 3,2 млн. тонн (на 18% менше), кукурудзи – 9,3 млн. тонн (в 1,7 рази більше) [3].

Основними покупцями українського зерна з початку маркетингового сезону залишаються країни Азії, Африки, а також Євросоюзу: пшениці – Індонезія, Єгипет, Філіппіни; ячменю – Саудівська Аравія, Лівія; кукурудзи – Китай, Нідерланди, Іспанія.

Як зазначає заступник міністра аграрної політики і продовольства та з питань європейської інтеграції [4], український експорт продукції агропромислового комплексу у країни ЄС продовжує демонструвати щорічне зростання. Так, у 2016 році він становив трохи більше 4 млрд. дол. США, у 2017 році – 5,8 млрд. дол. США, а за результатами 2018 року перевищив 6,3 млрд. дол. США. Така динаміка, на думку посадовця, чітко демонструє успішність реалізації Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС [5] в сфері агропромислового комплексу.

Однак, аналіз статистичних даних та результатів аналітичних розвідок фахівців аграрної галузі доводить, що існує негативна тенденція українського експорту, а саме – його чітко виражена сировинна спрямованість. Сьогодні, на наш погляд, саме на вирішенні цієї проблеми мають бути зосереджені зусилля українського уряду.

Зокрема, можна підійти до реструктуризації експорту агропродовольчої продукції, розгорнувши потужності переробки сільськогосподарської продукції за межами України, залучивши іноземних інвесторів. Тобто створювати переробні підприємства у країнах-імпортерах вітчизняної продукції і вже за кордоном виготовляти готовий продукт. На нашу думку, такими діями будуть створені валютні потоки, які можна обкласти мінімальними податками на користь держави шляхом збільшення ефективності та продуктивності роботи сільськогосподарських підприємств – резидентів. При цьому резиденти повинні спрямувати зусилля на створення екологічного та органічного Українського Бренда продукції із подальшою перспективою експорту конкурентоздатної готової продукції у різні країни світу.

Список використаної літератури

1. Сіренко Н. М. Нова роль сільського господарства в економічному розвитку країни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.btsau.kiev.ua> – Назва з екрана.
2. Експортний агроатлас України за 2018 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://agropolit.com/infographics/view/87>. – Назва з екрана.
3. Баланси попиту і пропозиції основних видів продовольчих ресурсів станом на 01.01.2019 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uga.ua/balances/balansi-popitu-propozitsiyi-osnovnih-vidiv-prodovolchih-resursiv-stanom-na-01-01-2019/>. – Назва з екрана.

4. Підсумки роботи аграрної галузі у 2018 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/uk/node/26663>.

5. Угода про асоціацію між Україною та ЄС [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://eu-ua.org/tekst-uhody-pro-asotsiatsiiu>. – Назва з екрана.

Товста С.П.

Адвокат, ст.викладач кафедри правознавства

Полтавський інститут економіки і права

Університет «Україна» м. Полтава, Україна

ОСВІТА ТА ОСВІТНІЙ КАПІТАЛ ЯК СКЛАДОВА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Концепція людського капіталу, запроваджена в науковий обіг у 1960-х роках американськими економістами Т.Шульцем і Г.Беккером, відразу привернула увагу світової наукової спільноти і набула поширення та розвитку у працях зарубіжних та вітчизняних дослідників.

Наразі людський капітал розглядається як визначальний фактор не лише економічного постіндустріального розвитку, але й накопичення соціального капіталу суспільств, що, своєю чергою, позитивно впливає на людський розвиток. Теорія людського капіталу перебуває у стані подальшого розвитку і конкретизації в межах різних наукових дисциплін. Вирізняються складові людського капіталу, рівні (форми) його існування, опрацьовується структура, з'ясовуються зв'язки і залежності з іншими формами капіталу – зокрема, культурним, соціальним, символічним.

Особливий інтерес виявили до людського капіталу дослідники постсоціалістичних країн, вивчаючи трансформаційні процеси, які в них відбуваються. Зокрема, досліджувалися соціальні групи, які мали виграти від ринкових реформ «шляхом експлуатації індивідуальних активів», «умінь і навичок за ринкової системи» – тобто йшлося власне про середній клас і його людський капітал. З'ясування нинішнього стану та умов функціонування людського капіталу середнього класу в Україні дозволяє окреслити певні проблеми і тенденції його відтворення, в т.ч. розширеного, а отже – і перспективи якісного та кількісного розвитку українського середнього класу.

Отже, до складових людського капіталу в цьому дослідженні віднесені: освіта (освітній капітал); здоров'я; професійна і фізична (географічна) мобільність; особистісні психологічні якості (інтернальність, готовність до змін) і загальний психологічний стан (задоволеність своїм соціальним статусом, своїм життям і його окремими аспектами), а також культурний капітал (ціннісно-нормативна система). З використанням емпіричної бази дослідження окреслюються умови функціонування і відтворення людського капіталу, які великою мірою впливають на формування життєвих цінностей і реалізацію життєвих стратегій українського середнього класу.

Як видно з наведеного вище, у визначеннях людського капіталу та його структури, як правило, освіта, знання, професійні компетенції і навички

посідають перші позиції. Власне, сама теорія людського капіталу практично бере початок від визнання значимості освіти як фактора економічного зростання та накопичення економічного капіталу.

На цей час освіта, освітній капітал розглядаються як чинник накопичення не лише економічного капіталу, але й інших видів капіталу (культурного, символічного, соціального, політичного тощо), а також – професійного та соціального статусу індивіда. Останнє безпосередньо стосується середнього класу

Розглядаючи освіту як процес набуття людського капіталу, можна констатувати наступне:

- освіта (навчання, освітній процес) формує не лише суто освітній капітал, який використовується тільки в економічному полі. Освіта також розвиває і збагачує отримані на первинних етапах соціалізації та інкультурації соціальні і культурні компетенції, які дозволяють індивіду успішно діяти в інших полях соціального простору, включно з політичним;

- у процесі спільного навчання індивіди оволодівають правилами функціонування різних соціальних полів, соціальних мереж і професійних спільнот, набувають і певного соціального капіталу, створюючи різноманітні соціальні групи (товариства, клуби тощо), або долучаючись до них. Членство в таких спільнотах може мати значний вплив на обсяг соціального капіталу індивіда та його професійну кар'єру;

- освітні інститути надають індивіду певного символічного капіталу – у вигляді сертифіката (диплома), який офіційно (юридично) засвідчує, що випускник володіє визначеним обсягом теоретичних знань і практичних навичок, а також певним обсягом культурного капіталу. Сертифікат певною мірою визначає місце (можливості, шанси) індивіда не лише на ринку праці, але й в інших сферах діяльності;

- вважається, що сертифікація знань здійснюється за меритократичним принципом, у результаті чого реалізується принцип рівності шансів, а освітня система та освітній капітал виконують функції справедливої соціальної стратифікації, відповідно особистих досягнень індивіда, і відіграють роль соціального ліфта, забезпечуючи вертикальну соціальну мобільність і згадану вище «універсальну перспективу»;

- освітній і культурний капітали мають конвертуватися в економічний капітал (за умови високої якості освіти).

За результатами досліджень Беккера, віддача від людського капіталу (в його генетичних (обдарування) і соціокультурних (освіта) параметрах), не підкріпленого фінансовим капіталом, вичерпується впродовж життя трьох поколінь (від діда до внука). Отже, тривале ігнорування принципу консистентності інвестицій в освіту і винагороди (оплати кваліфікованої праці) може призвести до вичерпання освітнього і культурного капіталу середнього класу в міжпоколінному вимірі.

Список використаних джерел:

1. Антонюк В. Головні напрями зміцнення соціально-економічних основ формування людського капіталу в Україні / В. Антонюк // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 3. – С. 39-43.
2. Бородіна О. М. Людський капітал на селі: наукові основи, стан, перспективи розвитку : [монографія] / О. М. Бородіна ; Ін-т агр. економіки УААН. – К., 2003. – 274 с.
3. Лисак В. Ю. Зародження та розвиток концепції людського капіталу / В. Ю. Лисак // Формування ринкової економіки. – 2010. – № 23. – С. 48-55.

Томенко Д.В., здобувач СВО Бакалавр, ОПП Економіка підприємства, спеціальності 051 Економіка Науковий керівник – Кальян О.С., к.ю.н., доцент, професор кафедри підприємництва і права

ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНОЇ РЕГЛАМЕНТАЦІЇ ПРАВОВИХ ВІДНОСИН В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Будь-хто з ранніх років зустрічається з випадками, коли варто знати свої обов'язки та права. Дивно, але безліч осіб думають, що права людини – це те, про що знає майже кожен. В цьому не потрібно розбиратися, адже все зрозуміло.

Відомі на сьогоднішній день конституційні права і свободи людини громадянина є різноманітними і багатовимірними. Основні з них закріплені у Загальній декларації прав людини від 10 грудня 1948 року, прийнятою Генеральною Асамблеєю ООН, що охороняються законом в ім'я прогресу і поліпшення умов життя.

Поцікавимося, які закони та права проголошуються в різних країнах світу.

Існує приказка, яка говорить, що світ знаходиться на кінці меча. Саме, виходячи з цього постулату, і формувалося законодавство деяких країн світу. Закон повинен чітко регламентувати життя і діяльність кожного члена суспільства так, щоб всі могли взаємодіяти, не порушуючи права один одного. Але іноді закон настільки комічний або абсурдний, що люди його не дотримуються.

Одна з найменших, але в той же час, одна із найбільш благополучних держав світу - Сінгапур, давно славиться своїм ревним ставленням до порядку і чистоти. У цій країні, наприклад, можна отримати штраф за кидання сміття на вулиці. Крім того, якщо ви тричі попадетесь за те, що кидаєте сміття на вулиці, вам доведеться протягом цілого місяця кожної неділі мити тротуари міста, надівши на шию табличку з написом «Я насмітив». Хоча і це ще далеко не останній незвичайний закон, що діє в цьому азіатському місті-державі. Чого тільки стоїть заборона на жування жувальної гумки і суворі обмеження на провезення цього товару в особистому багажі. При певних умовах доставка

самої звичайної жуйки на територію Сінгапуру може бути прирівняна до контрабанди. У цьому випадку штраф може скласти понад 5000 американських доларів!

В Ізраїлі велосипедист будь-якого віку, зобов'язаний мати документи на право керування транспортним засобом відповідної категорії.

Фінська поліція при порушенні правил паркування водієм не заморочується з талончиками, квитанціями або ще якими формальностями – вони просто спускають колеса автомобіля-порушника. Ще одне правило - для вступу в шлюб наречений і наречена повинні вміти читати.

В Тайланді доведеться заплатити штраф, сума якого 600 доларів США, якщо вас затримали за те, що ви викинули жувальну гумку на тротуар. Якщо грошей при собі не виявиться, що б заплатити штраф, можуть посадити у в'язницю.

А ось для жителів Британії заборонено на залізничних вокзалах цілуватися. Цю заборону було введено в 1910-му році і пояснювалось тим, що через закоханих парочок, пристрасно які прощалися на перонах, потяги регулярно відправлялися із запізненням. В результаті - на деяких вокзалах Туманного Альбіону навіть з'явилися таблички «Цілуватися заборонено». Подібна заборона існує і на вокзалах Франції. Однак набагато більш відомий інший незвичайний закон, що діє в цій країні: для власників свиней цієї країни є протизаконним називати порося «Наполеон».

У Німеччині не можна звертатися до офіцера поліції на "ти" тільки "ви". У випадку порушення закону можуть оштрафувати за неповагу до поліції в сумі до 600 євро. Німеччина, мабуть, єдина країна, в якій карається не тільки керування автомобілем у нетверезому стані, але і управління в такому стані велосипедом.

Один незвичайний закон можна відшукати і у Венеції. У Венеції законодавчо заборонено годувати голубів. Обґрунтування такого правостановлюючого акту цілком розумне: прилітають в місто птахи псують вигляд історичних будівель, а також залишають слід на вулицях і площах.

Втім, навіть самим дивним державам світу не під силу змагатися з США за кількістю цікавих і незвичайних законів. Тут цікаві правостановлюючі акти можна знайти майже в кожному штаті і майже в кожному місті цієї величезної країни. Наприклад:

У штатах Нью-Джерсі і Орегон, люди не можуть самостійно заливати бензин в бензобак — їм повинен допомогти працівник АЗС. Закон був прийнятий дуже давно, коли багато людей (особливо літні) не знали елементарних речей, наприклад, про те, що бензин вибухонебезпечний і під час заправки краще не курити. Власники АЗС боялися, що їх клієнти можуть підірвати заправну станцію.

У Флориді двері всіх будинків повинні відкриватися тільки назовні. У разі пожежі людям легше вибігти на вулицю.

США – єдина в світі розвинена нація, яка не оплачує матерям їх відпустку по догляду за дитиною. А право на допомогу в материнстві – стаття 25 Міжнародної Декларації Прав людини. Останній раз уряд США вживав кроки до поліпшення ситуації в цій галузі близько 20 років тому. З тих пір матері можуть брати 12 тижнів неоплачуваної відпустки з певними умовами. Тільки 11% працівників приватного сектору мають оплачувану декретну відпустку, тривалістю близько 6 тижнів, в той час як більшість розвинених країн надають оплачувану декретну відпустку в розмірі 6 місяців або більше, завдяки чому спостерігається низька смертність у немовлят і більш високий довгостроковий потенційний дохід у жінок [1; 2; 3].

І це ще не все найдивніші закони, які реально існують в деяких країнах світу. Вони стосуються практично всіх сфер життя: сімейних відносин, громадського порядку, правил дорожнього руху і т. д.

Незважаючи на декларації та закони в першу чергу необхідно залишатись вихованою та гідною людиною. Бо саме така особистість не зможе порушувати права інших та захищатиме свої. «Незнання закону не позбавляє людину від відповідальності» - головний юридичний вислів, який стосується кожного жителя нашої країни.

Список використаних джерел

1. Цікаві факти про право. Довідник цікавих фактів та корисних знань. [Електронний ресурс]: <https://dovidka.biz.ua/tsikavi-fakti-pro-pravo/> – 2013-2019. (дата звернення 19.03.2019 р.)
2. Дивні та смішні закони з усього світу. [Електронний ресурс]: http://portfolio-lidia.at.ua/dydaktichny/cikavi_fakti_pro_pravo.pdf - 2016-2019. (дата звернення 19.03.2019 р.)
3. Цікаві факти про конституції різних країн світу. [Електронний ресурс]: <http://pershuyshama.blogspot.com/2015/06/blog-post.html> - 2017-2019. (дата звернення 19.03.2019 р.)

Томенко Д.В., студент

Науковий керівник: Світлична А.В., к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

МОЖЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ОНЛАЙН-СЕРВІСІВ

В умовах динамічно мінливого зовнішнього середовища у компаній виникають труднощі з раціональним розподілом часу та завдань. Величезна кількість паперів (стікери, нотатки, таблиці, листи і незручні програми для управління проектами) значно зменшує продуктивність роботи колективу. Одним із найдоцільніших рішень в даній ситуації є використання сучасних онлайн-сервісів (Trello, Asana, Freedcamp), які дозволяють оптимізувати роботу та скоротити витрати часу на обробку інформації.

До роботи з цими Інтернет-ресурсами долучаються як великі компанії, так і малі підприємства й громадські організації. Особливо це важливо на

початковому етапі функціонування організацій, коли відчувається брак фінансових ресурсів, а використання безкоштовних сервісів дозволяє суттєво економити час і кошти. В таблиці наведені порівняльні характеристики трьох найпопулярніших онлайн-платформ, використання яких дозволить підвищити продуктивність праці в організації.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика сервісів Trello, Asana та Freedcamp

Показники	Trello	Asana	Freedcamp
Мова	російська англійська	англійська	англійська
Можливість користуватися безкоштовно (базовий набір інструментів)	так	так	так
Наявність функції Check list (що вже зроблено, що ще потрібно)	так	так	так
Можливість долучати документи до завдань, зберігати їх в одному місці, поширювати серед інших	так	так (до 10 Мб.)	так
Керування завданнями працівників онлайн (хто що робить на даний момент)	так	так	так
Наявність графі «Вже виконано»	так	так	так
Чат-форум для обговорень	так	так	так
Залучення сторонніх сервісів (Dropbox, Gmail, Google disk)	так	так	так
Версія для смартфонів (Android, IOS)	так	частково	так
Часові рамки та дедлайни	так	так	так
Можливість залишати коментарі	так	так	так
Можливість залучати необмежену кількість учасників	так	ні (до 15 чол.)	так
Система повідомлень	так	так	так
Потреба постійно оновлювати сторінку	ні	так	так
Система пошуку з фільтрами	так	ні	ні
Конфіденціальність	так	так	так
Резервні копії	так	ні	ні
Закріплення завдань за кожним членом команди	так	так	так
Редагування нотаток та завдань	так	так	так
Розташування завдань по колонках	так	ні	так

Джерело: порівняльна характеристика автора

Trello – один з найпростіших онлайн-сервісів для оптимізації роботи, який адаптований на російську мову. Цей ресурс надає можливість додавати опис до кожного із завдань, створювати безліч проектів та залучати різних людей до їх реалізації, отримувати повідомлення в разі будь-яких змін та залучати партнерські організації до виконання проекту через e-mail. Спостерігати за процесом, переглядати статус виконання завдань, перевіряти

завдання кожного члена команди та постійно контролювати їх виконання, навіть віддалено – все це можливості даної платформи. На сьогоднішній день цей сервіс використовують і для навчання та проведення тренінгів, завдяки простоті його інтерфейсу та легкості освоєння. Платформою Trello користуються такі всесвітньо відомі компанії, як Adobe, Google, National Geographic та Kickstarter.

Один із аналогів Trello – всесвітньо відомий сервіс Asana (на сьогоднішній день офіційно визнаний лідером на ринку). Це гарна платформа, яка використовується для того, щоб залишатися зосередженими на цілях і щоденних завданнях, для покращення проектного менеджменту установи. Це корисний ресурс для створення візуальних планів проектів, який дозволяє прослідковувати зміни у їх виконанні з часом та визначати можливі ризики. Сервіс передбачає можливість адаптації інтерфейсу під спеціалізацію компанії (дизайн, IT, HR, інженерія, ГО) та обрання стилю оформлення завдань. Такі компанії, як Vodafone, USAID, Redbull, Avon, Uber, Facebook та ще десятки інших вже вподобали використання цього онлайн ресурсу.

Freedcamp є одним із найпопулярніших інструментів співпраці, адже він дійсно може обробляти все і залишатися надзвичайно простим та інтуїтивним. До того ж немає жодної різниці – це робочі проекти чи домашні завдання. Дана платформа на відміну від більшості інших, надає своїм користувачам такі можливості, як встановлення пріоритетності завдань, їх групування, створення карти часу (щоб побачити скільки годин / днів займає виконання завдання) та встановлення обмежень для учасників (призначення ролей – адміністратор, організатор, член команди). Система зберігає контакти клієнтів в одному місці, створює власні віджети для будь-якої необхідної інформації, дозволяє розбивати великі завдання на значно менші підзавдання – всі ці функції оцінили вже понад 1 мільйон людей, серед яких і такі відомі фірми, як Pay Pal, Air BNB та Apple.

Отже, кожен, адаптуючи свою роботу під дані платформи, розуміє, що з'являється можливість керувати великою кількістю людей та проектів в одному місці. Це суттєво структурує та зменшує кількість зустрічей в живу (брифінгів), дозволяє уникати паперової роботи (адже зникає так звана «бюрократія») і відкрито показує прогрес компанії в тому чи іншому проекті. Використання платформ Trello, Asana або Freedcamp дає змогу налагодити гарні відносини між командою та раціонально розподіляти обов'язки.

Література

1. Trello - бесплатный, гибкий и наглядный способ организовать что угодно с кем угодно. [Електронний ресурс]: www.trello.com – 2010-2019. (дата звернення 19.03.2019 р.) Atlassian
2. Make more time for the work that matters most. [Електронний ресурс]: www.asana.com – 2008-2019. (дата звернення 19.03.2019 р.) Asana is the work management platform, teams use to stay focused on the goals, projects, and daily tasks that grow business.

3. Your team needs a better way to stay organized. [Електронний ресурс]: www.freedcamp.com – 2013-2019. (дата звернення 19.03.2019 р.) We have all the tools you need to be successful in one place.

*Трауцька О.В.
викладач вищої кваліфікаційної категорії
Полтавський кооперативний коледж
м. Полтава, Україна*

ФОРМУВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ

Головне завдання вищої професійної освіти – сприяння професійній самореалізації індивіда, навчаючи його професійно спрямованій взаємодії з навколишнім соціальним та природним середовищем. Конкурентоспроможні фахівці мають володіти професійними вміннями і навичками, що ґрунтуються на сучасних спеціальних знаннях, а також високим рівнем професійної компетентності, що ґрунтується на критичному мисленні та здатності застосовувати теоретичні надбання на практиці.

Під впливом мотивації формується світоглядна позиція особистості, внутрішній емоційний стан, який впливає на уявлення людини не лише про навколишній світ, а й на власний внутрішній світ.

За визначенням Н. Лисовець, мотивацію складають два типи явищ: сукупність мотивів; динамічна освіта, механізм, тобто система дій з активізації мотивів певної людини [1]. Мотиваційна складова містить мотиви, потреби та виступає своєрідним індикатором, який дає змогу судити про ставлення майбутнього фінансиста чи підприємця до засвоєння знань та професійно-особистісного розвитку, або мобільності. Формування мотиваційної складової відіграє значну роль у стимулюванні студентів до активного оволодіння професійними знаннями й уміннями з метою готовності до подальшої діяльності у професійній сфері.

Практичний досвід переконує нас у тому, що одним з важливих факторів при вивченні історії України та інших предметів є мотивація, нестаток якої у сучасних студентів, представляє певну занепокоєність. Донедавна єдиною мотивацією студентів до вивчення історії України було отримання позитивної оцінки в диплом. Формування мотивації – це не переклад викладачем в голови студентів вже готових мотивів та цілей навчання, це, насамперед, створення умов для проявлення внутрішніх бажань до навчання, усвідомлення їх самими студентами.

Якість та конкурентоспроможність системи освіти при підготовці студентів економічних спеціальностей залежить від упровадження у навчальний процес унікальних, інноваційних методик навчання. Більш ефективними вважаються підходи, спрямовані на те, щоб залучати студентів

до активного, спільного, заснованого на критичному аналізі навчання. Викладач не повинен «підносити» матеріал, він повинен вчити студентів самостійно шукати істину, робити власні висновки, застосовувати на практиці свої знання, тобто розвивати критичне мислення.

До основних рис критичного мислення відносять: здатність робити логічні висновки, приймати обґрунтовані рішення; уміння давати оцінку позитивних і негативних рис як отриманої інформації, так і самого розумового процесу; спрямованість на результат.

Технологія формування основних компетентностей студентів на основі розвитку критичного мислення на заняттях історії складається з трьох стадій: виклику, осмислення, обмірковування (рефлексії).

Під час роботи студентів на стадії осмислення матеріалу необхідно значну увагу приділяти історичним термінам. Адже якщо не знаєш терміни – не розкриєш зміст даної теми. Для цього використовуються такі методики розвитку критичного мислення, як:

«Діаграма Венна», групування, кубування, сенкан. За допомогою використання саме цих методик студенти можуть виділити риси, складові частини певного історичного поняття, порівняти його з іншим терміном. Вони навчаються аналізувати, систематизувати, використовувати матеріал. Крім того, ці методики – ще й гарна наочність, що дає змогу студентам краще запам'ятати інформацію

Під час розповіді студентів чи аргументації власної позиції широко використовуються на заняттях історії методи «Прес», «Незакінчене речення», «Тільки хвилина», які допомагають їм упорядкувати власні думки й у чіткій і стислій формі висловити власну позицію.

Третя стадія в технології розвитку критичного мислення – це міркування, або рефлексія. Під час цієї стадії студент повинен осмислити вивчений матеріал і сформулювати свою особисту думку, ставлення до досліджуваного матеріалу. На цьому етапі доречне використання «товстих і тонких питань», які передбачають не однозначну відповідь, а творчий підхід і самостійне осмислення. Наприклад: «Дайте три пояснення чому ...?», «Поясніть, чому?», «У чому відмінність ...?», «Припустімо, що буде, якщо ...?» тощо.

Результат навчання визначається не засвоєнням фактів або чужих думок, а виробленням власних суджень через застосування до інформації прийомів мислення. Формування критичного мислення реалізується в процесі формулювання проблеми, вирішенні проблемних ситуацій, виконанні творчих робіт, проектів. Аналізуючи і порівнюючи альтернативні точки зору, студенти знаходять власне вирішення проблеми, підкріплюючи її ґрунтовними доказами.

Формування навичок критичного мислення у студентів реалізується через такі види діяльності, як дидактична гра, ділова гра, «мозковий штурм», дискусія, науково-практична конференція, науково-дослідницька робота. Такі

заняття якнайкраще допомагають підвищити мотивацію навчально-пізнавальної діяльності студентів.

Підсумовуючи зазначимо, що мотиваційний елемент займає основне місце в загальному процесі формування самоосвітньої компетентності майбутніх випускників економічних спеціальностей, тому що саме сформованість мотиваційних настанов і цільових орієнтацій дозволять у подальшому ефективно здійснювати власний процес самовдосконалення.

Перелік посилань

1. Лисовец Н.М. Профессиональная мотивация студентов как способ активации обучения [Электронный ресурс] / Н.М. Лисовец. – Режим доступа : <http://www.masters.donntu.edu.ua/2012/iem/temnenko/library/article5.htm>.

Трикоз І.В.

*старший викладач кафедри менеджменту
Бердянський університет менеджменту і бізнесу
м. Бердянськ, Україна*

ШЛЯХИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Державна політика у сфері розвитку малого підприємництва України є частиною державної соціально-економічної політики і спрямована на реалізацію наступних цілей:

- 1) розвиток суб'єктів малого підприємництва з метою формування конкурентного середовища в економіці;
- 2) забезпечення сприятливих умов для розвитку суб'єктів малого підприємництва;
- 3) забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів малого підприємництва;
- 4) надання сприяння суб'єктам малого і середнього підприємництва в просуванні вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на ринок України і ринки іноземних держав;
- 5) збільшення кількості суб'єктів малого підприємництва;
- 6) забезпечення зайнятості населення та розвиток самозайнятості;
- 7) збільшення частки вироблених суб'єктами малого і середнього підприємництва товарів (робіт, послуг) в обсязі валового внутрішнього продукту;
- 8) збільшення частки сплачених суб'єктами малого і середнього підприємництва податків у податкових доходах федерального бюджету, бюджетів суб'єктів України і місцевих бюджетів.

Розвиток малого підприємництва дозволяє створювати нові робочі місця, працевлаштовувати працівників, що вивільняються у інших секторах економіки, підвищувати доходи і частку економічно активного населення,

збільшувати кількість власників, а значить надавати прямий вплив на формування середнього класу в Україні.

Безумовною перевагою розширення малого підприємництва є використання здібностей найбільш енергійних, мобільних, ініціативних і креативно мислячих індивідуальностей, для яких малий бізнес стає основною школою самореалізації.

Крім того, створення нових малих підприємств створює можливості для залучення в економічну діяльність тих матеріальних, фінансових і природних ресурсів, які інакше залишилися б незатребуваними і не брали участь у виробництві необхідної суспільству продукції.

Однак саме проблему забезпеченості необхідними ресурсами висувують представники суб'єктів малого бізнесу на перший план і часто, маючи гідну для реалізації бізнес-ідею, не можуть її втілити в життя. Реальну допомогу у вирішенні зазначеної проблеми малому підприємництву здатні надати шляхом надання грантів.

Що таке грант? Грант - це безоплатно надаються на конкурсній основі початківцям суб'єктам малого і середнього підприємництва грошові кошти на цілі реалізації бізнес-проектів зі створення та розвитку власного бізнесу з подальшим звітом про їх використання.

Хто має право на отримання гранту? Закон визначає, що суб'єктами малого підприємництва є господарюючі суб'єкти, які здійснюють свою діяльність в наступних організаційно-правових формах: у формі юридичної особи (підприємства) і в якості фізичної особи-підприємця.

При зверненні суб'єктів малого підприємництва за наданням підтримки суб'єкти малого підприємництва мають подати документи, що підтверджують їх відповідність вище означених умов віднесення до суб'єктів малого підприємництва.

Таким чином, формально отримувачами гранту можуть бути вже зареєстровані в належному порядку і відповідають даним критеріям підприємства та індивідуальні підприємці.

Кошти гранту підприємцями-початківцями спрямовуються на відшкодування наступних витрат:

- ✓ вартості придбаних основних виробничих фондів (будівель і споруд, машин і устаткування, обчислювальної техніки, вимірювальних і регулюючих приладів і пристроїв, інструменту, виробничого і господарського інвентарю тощо), за винятком транспортних засобів;
- ✓ відшкодування частини орендних платежів з оренди площ виробничого призначення;
- ✓ вартості оборотних виробничих фондів (витрати на купівлю сировини, матеріалів, комплектуючих);
- ✓ вартості ліцензій на здійснення видів діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до законодавства і відбивається в бізнес-плані суб'єкта малого підприємництва;

- ✓ вартості навчання співробітників для цілей ведення діяльності, передбаченої бізнес-планом суб'єкта малого підприємництва;
- ✓ вартості методичної та довідкової літератури, пов'язаної з веденням діяльності, передбаченої бізнес-планом суб'єкта малого підприємництва;
- ✓ виготовлення та/або розміщення зовнішньої реклами (реklamних стендів, щитів) виготовлення рекламних буклетів, листівок, брошур і каталогів, що містять інформацію про продукцію та/або діяльності, заявленої у бізнес-плані.

Всі перераховані вище види витрат повинні бути відображені в бізнес-плані суб'єкта малого підприємництва.

Реалізація будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань про коло конкретних споживачів, параметри ринку продукту підприємства, необхідні матеріальні та фінансові ресурси, економічну доцільність проекту тощо. Саме задля отримання відповідей на ці запитання складається бізнес-план.

Бізнес-план – це документ, який містить комплексне обґрунтування стратегії (програми) розвитку всіх сфер діяльності підприємства на основі поточного та перспективного планування такої діяльності.

Основними функціями бізнес-плану є:

- 1) надання всебічної інформації кредиторам та інвесторам про підприємство, насамперед про його стабільність та ефективність;
- 2) обґрунтування основної мети підприємницької діяльності;
- 3) стислий опис підприємницької діяльності, зокрема процесу виробництва;
- 4) характеристика товару або послуги, їх якості;
- 5) обґрунтування прогнозу розвитку виробництва;
- 6) комплексне дослідження ринку;
- 7) визначення життєздатності підприємства в умовах внутрішньої та зовнішньої конкуренції;
- 8) обґрунтування ефективності підприємства на основі оцінки витрат, цін та очікуваного прибутку, що є прерогативою фінансового плану;
- 9) оцінка професійного рівня управлінського персоналу (підприємця, менеджерів тощо), ефективності їхньої роботи.

Принципами складання бізнес-плану є:

- 1) якісне і змістовне оформлення (зовнішній вигляд, якісна обкладинка, чіткі рисунки, фотографії, розрахунки тощо);
- 2) чітке орієнтування на адресата (кредитора, інвестора, грантодавця);
- 3) ретельна характеристика певного сегмента (ніші) ринку, потреб споживачів та їх переваг при купівлі товарів і послуг даного підприємства;
- 4) переконливість у реалізації основної ідеї, зокрема в ефективності роботи підприємства (отриманні прибутків) та своєчасному погашенні кредитів тощо. Так, кредитора слід переконувати передусім у виконанні умов кредитного договору, а інвестора - в отриманні високої норми прибутку.

Отже, важливу роль в організації та економіці підприємницької діяльності відіграє саме складання обґрунтованого бізнес-плану.

Досить складно визначити універсальну послідовність опрацювання бізнес-плану. Важливим тут є розуміння того, що у процесі розробки бізнес-плану неминуче доведеться: опрацювати всі основні розділи бізнес-плану; кілька разів повертатися до вже написаних розділів для доповнення, уточнення, доопрацювання.

Отже, узагальнення досвіду бізнес-планування дозволило сформулювати типові помилки підприємців при складанні та реалізації бізнес-планів:

1) помилки складання бізнес плану: перебільшення непотрібної інформації; відсутність чітких бізнес-цілей та реальних шляхів їх досягнення; акцентування уваги на конкретних ринкових сегментах; переоцінка можливостей компанії; невірна оцінка можливостей ринку; ігнорування політичних, макроекономічних, юридичних та валютних ризиків; помилкові часові розрахунки (неузгодженість строків отримання дозволів, неврахування фактору сезонності).

2) помилки реалізації бізнес плану: відсутність контролю над виконанням поставлених завдань; незнання бізнес-плану працівниками компанії; помилки у ціновій політиці; неправильне бюджетування, надмірна економія; відсутність регулярних переглядів бізнес-плану.

Тютюнник С. В.

к.е.н., професор кафедри організації обліку та аудиту

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ ВІДОБРАЖЕННЯ КУПІВЛІ ІНОЗЕМНОЇ ВАЛЮТИ

В умовах ринкових відносин суб'єкти господарювання здійснюють господарські операції, вартість яких виражається в іноземній валюті, або за якими передбачаються розрахунки в іноземній валюті. Каналами надходження іноземної валюти для підприємств є: виручка, яка надійшла від покупців-нерезидентів, внески в статутний капітал інвестором-нерезидентом, придбана на міжбанківському валютному ринку для здійснення розрахунків з постачальником-нерезидентом та ін. Правильне ведення операцій із купівлі-продажу іноземної валюти у бухгалтерському та податковому обліку дає змогу дотримуватись норм чинного законодавства України стосовно податків і валютного регулювання й уникати негативних моментів [1].

У відповідності до Закону України «Про валюту і валютні операції», іноземна валюта – це грошові знаки грошових одиниць іноземних держав у вигляді банкнот, казначейських білетів, монет, що перебувають в обігу та є законним платіжним засобом на території відповідної іноземної держави або

групи іноземних держав, а також вилучені або такі, що вилучаються з обігу, але підлягають обміну на грошові знаки, що перебувають в обігу [2].

Купівля іноземної валюти – це операція з купівлі іноземної валюти за гривні. Купують іноземну валюту на певні цілі. Торгівля іноземною валютою на території України резидентами й нерезидентами-юридичними особами здійснюється через уповноважені банки й інші фінансові установи, що одержали відповідну ліцензію, виключно на міжбанківському валютному ринку України.

Для купівлі іноземної валюти підприємство повинно подати до банку пакет документів. Він прямо залежить від того, на які цілі купляють іноземну валюту. У більшості випадків, такий пакет містить:

- заяву на купівлю валюти. У ній суб'єкт господарювання повинен зазначити кількість іноземної валюти, яку потрібно придбати, реквізити рахунків, з яких буде списана національна валюта (гривня) та реквізити рахунків, на які повинна буде зарахована куплена іноземна валюта;

- документи, які підтверджують мету купівлі іноземної валюти та її необхідну кількість. Перелік таких документів залежить від виду операції, для якої потрібна іноземна валюта. Це може бути зовнішньоекономічний договір; розрахунок витрат на відрядження; акти приймання-передачі товарів (робіт, послуг); договори, що підтверджують потребу виконання зобов'язань в іноземній валюті, тощо.

Положенням про порядок та умови торгівлі іноземною валютою, яке затверджене Постановою Правління Національного банку України № 281 від 10 серпня 2005 р. (п. 6 р. І), передбачено, що суб'єкти ринку (уповноважені банки й уповноважені фінансові установи (п. 4 р. І)) мають право здійснювати купівлю, продаж іноземної валюти виключно на міжбанківському валютному ринку України (МВРУ). Банк має право купити іноземну валюту не раніше наступного операційного дня з дня зарахування гривень на окремий призначений для цього рахунок. Для купівлі іноземної валюти за дорученням суб'єкта господарювання банк спочатку зараховує національну валюту (гривню) на свій окремий аналітичний рахунок балансового рахунку 2900 «Кредиторська заборгованість за операціями з купівлі-продажу іноземної валюти, банківських та дорогоцінних металів для клієнтів банку». При цьому банк списує з гривневого рахунку гривні, обсяг яких достатній для купівлі вказаного в заяві обсягу іноземної валюти, перерахованого за курсом гривні до іноземної валюти в день зарахування коштів у гривнях на рахунок 2900, але не нижче ніж офіційний курс НБУ станом на цей день.

Якщо на дату купівлі валюти курс валют змінився і цих гривень недостатньо, то банк може додатково зараховувати гривні на рахунок 2900 у сумі, що не вистачає для виконання заяви про купівлю іноземної валюти. Коли ж у суб'єкта господарювання немає можливості перерахувати додаткову суму в гривні на купівлю іноземної валюти і він згоден на придбання меншої суми валюти, банк купує менше валюти, аніж зазначено в заявці [3].

Законодавством передбачено, що підприємство повинно використати куплену іноземну валюту не пізніше ніж за 10 робочих днів після дня її зарахування на його поточний рахунок на потреби, зазначені в заяві про купівлю іноземної валюти. Інакше банк зобов'язаний буде її продати в повному обсязі упродовж 5 робочих днів згідно з п. 6 р. III Положення № 281.

Послідовність купівлі іноземної валюти можна відобразити наступним чином: банк списує національну валюту (гривні) з поточного рахунку підприємства, купує за них іноземну валюту на МВРУ та зараховує на поточний валютний рахунок підприємства. Водночас банк стягує комісію за здійснення такої операції. Розглянемо це більш детально.

1. Списання гривень із поточного гривневого рахунку підприємства. Банк списує з поточного рахунку гривні для купівлі іноземної валюти й попередньо зараховує їх на свій окремий аналітичний рахунок балансового рахунку 2900. Придбання валюти відбувається на наступний операційний день. На час перебування гривень на цьому банківському рахунку їх визнають коштами в дорозі. У бухгалтерському обліку списання національної валюти (гривень) відображають проведенням: дебет рахунку 333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті», кредит рахунку 311 «Поточні рахунки в національній валюті».

2. Зарахування купленої іноземної валюти. Після придбання іноземної валюти банк зараховує її на поточний валютний рахунок підприємства. Для відображення такого зарахування в бухгалтерському обліку потрібно враховувати наступне:

- суб'єкти господарювання повинні показувати операції в бухгалтерському обліку у валюті операції та в національній валюті (гривні);
- оскільки в даному випадку йдеться саме про іноземну валюту, то слід враховувати правила Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів». У відповідності до п. 5 П(С)БО 21: операції в іноземній валюті під час їх первісного визнання відображають у національній валюті (гривні) за курсом НБУ на дату здійснення такої операції.

Таким чином, на дату зарахування купленої іноземної валюти на валютний рахунок її відображають в обліку за курсом НБУ. Куплену іноземну валюту відображають за дебетом рахунку 312 «Поточні рахунки в іноземній валюті».

3. Дохід/витрати під час купівлі валюти. Куплену іноземну валюту відображають в обліку за курсом НБУ на дату її зарахування на валютний рахунок. Банк купує іноземну валюту на МВРУ за відповідним курсом.

Різниця між цими курсами і є доходом або витратами, що утворилися в результаті купівлі іноземної валюти. При цьому додатна різниця є витратами підприємствами, адже купили валюту за ціною, вищою ніж її балансова вартість (курс МВРУ > курс НБУ), а від'ємна – доходом (курс МВРУ < курс НБУ). У бухгалтерському обліку їх відображають на субрахунках 942

«Витрати на купівлю-продаж іноземної валюти» та 711 «Дохід від купівлі-продажу іноземної валюти» [4].

4. Курсова різниця. Під час купівлі іноземної валюти курсова різниця не виникає. Однак наявна на рахунку іноземна валюта – це монетарна стаття балансу. А це означає, що на дату балансу і дату списання іноземної валюти з рахунку за нею потрібно буде визначити курсову різницю.

5. Комісія банку. Банки мають право отримувати комісійну винагороду за здійснення торгівлі іноземною валютою виключно в гривнях. Розмір такої комісії вказують у договорі на обслуговування з банком.

У бухгалтерському обліку сплачену комісію відображають на рахунку 92 «Адміністративні витрати» (п. 18 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: плата за розрахунково-касове обслуговування й інші послуги банків, а також витрати, пов'язані з купівлею-продажем іноземної валюти, відображають в складі адміністративних витрат). Розглянемо типові бухгалтерські проведення щодо відображення купівлі іноземної валюти (табл. 1).

Отже, при відображенні в бухгалтерському обліку операцій щодо купівлі

Таблиця 1

Бухгалтерські проведення щодо купівлі іноземної валюти за гривні

Зміст операції	Кореспондуючі рахунки	
	дебет	кредит
Списано національну (валюту) гривні з поточного рахунку підприємства для купівлі іноземної валюти	333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
Відображено придбання іноземної валюти	334 «Грошові кошти в дорозі в іноземній валюті»	333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті»
Куплену іноземну валюту зараховано на поточний валютний рахунок підприємства	312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»	334 «Грошові кошти в дорозі в іноземній валюті»
Відображено витрати від купівлі іноземної валюти	942 «Витрати на купівлю-продаж іноземної валюти»	333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті»
Відображено дохід від купівлі іноземної валюти	333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті»	711 «Дохід від купівлі-продажу іноземної валюти»
Відображено у витратах комісію банку	92 «Адміністративні витрати»	333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті»

іноземної валюти необхідно враховувати законодавчі заходи щодо валютного

регулювання.

Список використаних джерел

1. Воляник Г. М. Порядок обліку купівлі іноземної валюти при здійсненні зовнішньоекономічних операцій / Г. М. Воляник, С. Є. Шутка // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2016. – № 1. – С. 181-189.
2. Закон України «Про валюту і валютні операції» № 2473-VIII від 21 черв. 2018 р. (введено в дію 07 лют. 2019 р.) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
3. Положення про порядок та умови торгівлі іноземною валютою, затверджене Постановою Правління Національного банку України № 281 від 10 серп. 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
4. Славінська А. Купівля інвалюти: правила та особливості обліку / А. Славінська // Все про бухгалтерський облік. – 2017. – № 34. – С. 8-10.

Тютюнник Ю. М.

к.е.н., професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,

Бактибаєва Н. В.

здобувач вищої освіти ступеня магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ – ЗМІСТ, ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ТА ПОДАВАННЯ

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. (у редакції Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» № 2164-VIII від 05.10.2017 р.) із 2018 р. невід'ємною частиною фінансової звітності є звіт про управління – документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [1].

Зміст, порядок складання, подання та оприлюднення звіту про управління, а також розкриття інформації у ньому визначаються Методичними рекомендаціями зі складання звіту про управління, затвердженими наказом Міністерства фінансів України № 982 від 07.12.2018 р. [2]. Ці Методичні рекомендації можуть застосовуватися підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами усіх форм власності (крім банків, бюджетних установ, мікропідприємств та малих підприємств).

Аналіз діяльності, стану та розвитку підприємства проводиться ураховуючи розмір та вид діяльності підприємства, і включає як основні фінансові, так і нефінансові (якщо необхідно) показники діяльності щодо

певного виду діяльності, у тому числі інформацію екологічного та соціального характеру, з посиланням на відповідні показники річної фінансової звітності та пояснення щодо сум за відповідними показниками (якщо доречно).

З метою систематизації та співставності інформації звіт про управління формується за такими напрямками: організаційна структура та опис діяльності підприємства; результати діяльності; ліквідність та зобов'язання; екологічні аспекти; соціальні аспекти та кадрова політика; ризики; дослідження та інновації; фінансові інвестиції; перспективи розвитку; корпоративне управління (складають підприємства – емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до торгів на фондових біржах або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію).

Наведений перелік напрямів та показників, які розкриваються у звіті про управління, не є вичерпним. Підприємство може розкривати іншу інформацію, яку вважає за доцільне.

Великі підприємства, середня кількість працівників яких на дату складання річної фінансової звітності перевищує критерій у 500 осіб, включають у звіт про управління нефінансові показники діяльності, що містять інформацію щодо впливу його діяльності, зокрема на навколишнє середовище, довкілля, соціальні питання, у тому числі питання соціального захисту працівників підприємства, поваги прав людини, боротьби з корупцією та хабарництвом, а саме:

- стислий опис моделі діяльності підприємства;
- опис політики, яку провадить підприємство щодо зазначених питань;
- результат такої політики;
- основні ризики, пов'язані із зазначеними питаннями, що стосуються діяльності підприємства, у тому числі (якщо доречно) ділові відносини, продукція або послуги, які можуть спричинити негативні наслідки у цих сферах, та яким чином підприємство здійснює управління цими ризиками;
- основні нефінансові показники, що характеризують діяльність підприємства.

Якщо підприємство не провадить політики щодо зазначених питань, то нефінансова інформація повинна містити щодо цього чітке і аргументоване пояснення.

Середні підприємства мають право не відображати у звіті про управління нефінансову інформацію.

Підприємства – емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів або щодо цінних паперів яких здійснено публічну пропозицію у звіті про управління наводять окремо інформацію про корпоративне управління з урахуванням вимог Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок» та Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

Звітним періодом для складання звіту про управління є календарний рік, який починається з 1 січня кожного року та закінчується 31 грудня того самого

року.

Звіт про управління подається підприємствами разом з річною фінансовою звітністю у порядку, встановленому законодавством. У разі подання підприємством консолідованої фінансової звітності подається консолідований звіт про управління. Підприємства, що мають дочірні підприємства, складають консолідований звіт про управління в порядку, передбаченому Методичними рекомендаціями № 982, з урахуванням суттєвих коригувань, що впливають з особливостей складання консолідованого звіту про управління порівняно зі звітом про управління.

Звіт про управління та консолідований звіт про управління підприємства оприлюднюють разом з річною фінансовою звітністю та аудиторським звітом на власній веб-сторінці або веб-сайті чи в інший спосіб у випадках, визначених законодавством.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. (зі змін. і доп.) (у редакції Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» № 2164-VIII від 5 жовт. 2017 р.) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

2. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління / Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 982 від 07 груд. 2018 р. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.

Тютюнник Ю. М.

к.е.н., професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,

Гольченко І. О.

здобувач вищої освіти ступеня магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Аналіз доходів, витрат і фінансових результатів є одним із найважливіших напрямів оцінювання ефективності господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва. Відповідно до П(С)БО 25 у формі № 2-м «Звіт про фінансові результати», яка є складовою Фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва, відображаються такі показники фінансових результатів [1]:

- фінансовий результат до оподаткування (рядок 2290) – різниця між доходами (рядок 2280) і витратами (рядок 2285);

- чистий прибуток (збиток) (рядок 2350) – різниця між фінансовим результатом до оподаткування (рядок 2290) і податком на прибуток (рядок 2300).

Окрім цих показників, доцільно також визначати валовий прибуток (збиток) та фінансовий результат від операційної діяльності, тобто показники, що характеризують основну та в цілому операційну діяльність підприємства.

Важливе значення у фінансовому аналізі має застосування методик детермінованого факторного аналізу. Факторний аналіз показників фінансових результатів суб'єктів малого підприємництва пропонується проводити за допомогою багатфакторних адитивних моделей, в яких результативний показник являє собою суму або (і) різницю факторних показників.

1. Факторний аналіз валового прибутку (збитку). Особливу увагу в процесі факторного аналізу фінансових результатів необхідно звернути на найбільш суттєву складову їх формування – валовий прибуток (збиток), або прибуток (збиток) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – результат основної операційної діяльності. Модель факторного аналізу валового прибутку (збитку) (ВП) за даними форми № 2-м:

$$\text{ВП} = \text{ЧД} - \text{С}, \quad (1)$$

де ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (рядок 2000);

С – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) (рядок 2050).

За формулою (1) факторами збільшення валового прибутку (зменшення валового збитку) є:

- зростання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

Абсолютна зміна факторних показників ($\Delta\text{ЧД}$, $\Delta\text{С}$) одночасно є результатом їх впливу на зміну результативного показника ($\Delta\text{ВП}_{\text{чд}}$, $\Delta\text{ВП}_{\text{с}}$) з урахуванням характеру впливу відповідного фактора (фактори моделі зі знаком «+» мають прямий вплив, зі знаком «-» – обернений) [2, с. 217].

2. Факторний аналіз фінансового результату від операційної діяльності, який складається з фінансових результатів від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тобто основної діяльності, та іншої операційної діяльності. Модель факторного аналізу фінансового результату від операційної діяльності (ФРОД):

$$\text{ФРОД} = \text{ОД} - \text{ОВ} = (\text{ЧД} + \text{ІОД}) - (\text{С} + \text{ІОВ}), \quad (2)$$

де ОД – операційний дохід (рядки 2000, 2120);

ОВ – операційні витрати (рядки 2050, 2180);

ІОД – інші операційні доходи (рядок 2120);

ІОВ – інші операційні витрати (рядок 2180).

За формулою (2) факторами збільшення фінансового результату від

операційної діяльності є:

- зростання чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), збільшення інших операційних доходів;
- зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), інших операційних витрат.

3. Факторний аналіз фінансового результату до оподаткування (ФР) – проводиться за моделлю:

$$\text{ФР} = \text{РД} - \text{РВ} = (\text{ЧД} + \text{ІОД} + \text{ІД}) - (\text{С} + \text{ІОВ} + \text{ІВ}), \quad (3)$$

де РД – разом доходи (рядок 2280);

РВ – разом витрати (рядок 2285);

ІД – інші доходи (рядок 2240);

ІВ – інші витрати (рядок 2270).

За формулою (3) факторами збільшення фінансового результату до оподаткування є:

- зростання чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), збільшення інших операційних доходів та інших доходів;
- зменшення собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), інших операційних витрат та інших витрат.

4. Факторний аналіз чистого прибутку (збитку) (ЧП) – проводиться за моделлю:

$$\text{ЧП} = \text{РД} - \text{РВ} - \text{ПП}, \quad (4)$$

де ПП – податок на прибуток (рядок 2300).

Факторами збільшення чистого прибутку (зменшення чистого збитку) є:

- зростання загальної величини доходів;
- зменшення загальної величини витрат і податку на прибуток.

Результати факторного аналізу показників фінансових результатів суб'єктів малого підприємництва є необхідним елементом обґрунтування резервів підвищення прибутковості господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» / Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 39 від 25.02.2000 р. (у редакції наказу Міністерства фінансів України № 25 від 24.01.2011 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.

2. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. – Полтава : ПДАА, 2016. – 432 с.

Удовенко А. В.

здобувач вищої освіти спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», СВО «Магістр» Полтавської державної аграрної академії

Писаренко С. В.

к.с.-г.н., доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії

МОТИВАЦІЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Основою будь-якого підприємства, та його головним багатством є люди. Багато підприємств, бажаючи підкреслити свою вагу і розмах діяльності, говорять не про розмір їхніх виробничих потужностей, обсягів виробництва або продажів, фінансовому потенціалі і т.п., а про число працівників. Підприємство, яке прагне максимально ефективно використовувати потенціал своїх працівників, створюючи всі умови для найбільш повної віддачі співробітників на роботі і для інтенсивного розвитку їхнього потенціалу.

Управління персоналом включає в себе не тільки кадровий облік, а й розвиток систем мотивації працівників, і формування корпоративної культури, і підвищення престижу підприємства, і створення умов для залучення нових висококваліфікованих фахівців.

За словами Співака В. В. мотивація ефективної праці робітників займає одне з ключових місць у системі управління підприємством. Вона доповнює адміністративне управління, що полягає в розробці і виконанні планових завдань, посадових та інших інструкцій, методичних положень і вказівок, наказів, розпоряджень і являє собою непряме, опосередковане управління через інтереси робітників з використанням специфічних форм і методів забезпечення їх матеріальної і моральної зацікавленості щодо праці, у досягненні високих її результатів [3].

У найзагальнішому вигляді мотивація людини до діяльності розуміється як сукупність рушійних сил, що спонукають людину до здійснення певних дій. Ці сили знаходяться поза і всередині людини та змушують її усвідомлено чи неусвідомлено робити деякі вчинки. При цьому зв'язок між окремими силами і діями людини опосередкований дуже складною системою взаємодій, у результаті чого різні люди можуть зовсім по-різному реагувати на однакові впливи з боку однакових сил.

Для того, щоб працівник максимально використовував свої можливості для виробництва або іншої трудової діяльності, роботодавець має заохотити його, дати зрозуміти, що з ростом обсягів виробництва, доходів підприємства пропорційно покращується і добробут кожного працівника. Для цього на підприємстві використовують стимули, мотиви і спонукання до трудової діяльності.

Крушельницька Я. В. стверджує, що мотив - це спонукання людини до активності, пов'язане з намаганням задовольнити певні потреби. В організації

трудової діяльності важливе значення має мотивація, під якою розуміють систему факторів, що детермінують трудову поведінку працівника. Такими факторами виступають потреби, мотиви, цілі та інтереси. Завдання мотивації полягає також у підтриманні активності працівника на певному рівні [2].

Мотив перебуває «всередині» людини, має «персональний» характер, залежить від безлічі зовнішніх і внутрішніх стосовно людини чинників. Мотив не тільки спонукає людину до дії, а й визначає, що саме і як треба зробити. Модель мотивації через потреби показано на рис. 1:

За цією схемою можна побачити, що найменшою одиницею мотивації можна вважати потребу.

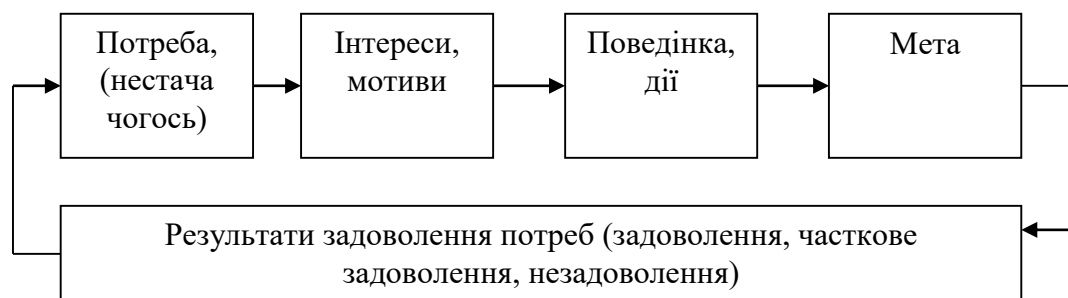


Рис. 1. Схема моделі мотивації через потреби [1].

Отже, щоб у працівника був мотив, йому має чогось не вистачати. Звичайно, сьогодні найбільшою потребою працівників є гроші. Але на підприємстві також можна вдовольняти інші необхідні для життя умови (наприклад, покращання рівня відпусток працівників).

Цього можна досягти, якщо діяти по наступній схемі:

1. в кінці кожного місяця підраховувати, хто з робітників працював найпродуктивніше, і чия робота призвела до зростання виробництва;
2. підрахувати цей результат за рік або квартал;
3. обрати кращого працівника за обраний період;
4. кращий працівник одержує премію або іншу матеріальну винагороду (путівка на базу відпочинку, або, навіть, за кордон).

Дуже важливим є необхідність розуміння керівництвом цього методу стимулювання працівників. Звичайно, роботодавець може вирішити, що це завеликі витрати, і вони будуть не вигідні. Але, якщо провести підрахунки, то виявиться, що внески будуть не такими і великими, а отриманий прибуток буде значно їх перевищувати. Виробництво буде збільшувати свої обсяги завдяки тому, що кожен працівник намагатиметься стати найкращим, виробити якомога більше. Тобто обсяги виробництва збільшаться в цілому, а витрати – лише на одного працівника.

Стимул - це така зовнішня дія, яка загострює у свідомості людини певні значущі для неї потреби та інтереси і формує особистісне ставлення до цієї дії у вигляді відповідних емоційно-вольових і пізнавальних процесів. Отже,

ефективність зовнішніх впливів може бути забезпечена лише за умови, коли вони стають мотивами, суб'єктивно значущими для працівника, відповідають його потребам та інтересам [2]. Стимулом може стати здорова конкуренція, коли кожен працівник буде намагатись перевершити свого колегу, щоб винагорода дісталась саме йому.

Стимулювання працівників є одним з провідних напрямків збільшення продуктивності праці і, як наслідок, обсягів виробництва. Для того, щоб завжди мати можливість впливу на робітників, і одночасно щоб не втратити цінні кадри, керівник має створювати довгостроковий план-стратегію, який би передбачував розвиток відносин між роботодавцем і підлеглим. Ця стратегія має передбачувати інтелектуальний розвиток працівників як мінімальної виробничої одиниці задля збільшення доходів підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу Навч. посібник / А. М. Колот // . – К.: КНЕУ, 2000. с. 23
2. Крушельницька Я. В. Фізіологія і психологія праці. Підручник / Я. В. Крушельницька. – К.: КНЕУ, 2003. – с. 68
3. Співак, В.В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств / В. В. Співак // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №6, Т. 2. – С. 178-181.

Усик В.М.

магістр з маркетингу

Лищенко М.О.

д.е.н., завідувач кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

РЕКЛАМА - ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємств на внутрішньому й міжнародному ринках стала дієва система маркетингових комунікацій, яка характеризується широким застосуванням різноманітних комунікаційних засобів і появою нових інструментів інформаційного впливу. Запорукою успіху фірми сьогодні на ринку є спроможність стратегічно правильно організувати взаємодію багатьох інструментів маркетингових комунікацій з визначенням найдієвіших і найефективніших засобів комунікацій у кожному окремому випадку господарської діяльності підприємства.

Виділяють шість основних інструментів маркетингових комунікацій:

Реклама – будь-яка платна не персоніфікована форма інформаційного впливу на споживача з метою формування мотивів купівлі товарів.

Персональний продаж – будь-яка платна форма усного представлення

товару в процесі бесіди з одним або кількома потенційними покупцями під час його продажу з метою формування мотивів купівлі певного товару та партнерами з метою можливого укладання угод про подальше співробітництво.

Стимулювання збуту – короточасні платні примусові заходи заохочення цільової аудиторії до купівлі товару та плідного співробітництва.

Пропаганда – будь-яка безкоштовна, добровільна особиста форма інформаційного впливу на громадськість з метою її інформування про фірму, її діяльність та товари, що вона випускає.

Паблік рилейшнз – будь-яка платна форма особистого чи неособистого інформаційного впливу на громадськість з метою формування позитивного її ставлення до фірми, її діяльності та товарів, що вона випускає, з допомогою засобів масової інформації.

Директ-маркетинг – будь-яка платна форма особистого інформаційного впливу на споживача та партнерів через адресні звернення з метою формування мотивів купівлі певних товарів, довгострокових взаємовигідних партнерських стосунків та залучення їх до діалогового режиму. Як і щодо маркетингу в цілому, так і щодо реклами існує велика кількість різноманітних визначень. А тому, спираючись на характерні риси самої реклами, зазначимо, що реклама – це довільна платна форма не персональної презентації та просування ідей, товарів, послуг через засоби масової інформації[1].

Основними завданнями реклами є: створення і підтримання високого рівня популярності ідей, товарів, послуг тощо; підвищення іміджу підприємства та його продукції; підтримання належної уваги та зацікавленості споживачів, їхнього бажання діяти з метою придбання продукції.

Реклама потребує значних витрат, може мати цілком несподівані і небажані наслідки, а тому її треба ретельно спланувати.

Вихідним моментом процесу прийняття рішень з реклами є ідентифікація цільового ринку, тобто, групи людей, до яких буде звернено рекламу [2].

Ідеться насамперед про вивчення мотивів купівлі, критеріїв вибору товарів, цінностей, частоти здійснення купівель, місця проживання покупців, їхніх інтересів, способу життя і под. Розуміння цільового ринку є досить важливим, оскільки саме від цього залежатиме спрямованість тексту звернення, слушність вибору носіїв реклами, доцільність витрачання коштів.

Виходячи із особливостей цільового ринку, його основних характеристик, на наступному етапі визначають цілі рекламування. Такими цілями можуть бути: інформування споживачів про наявність підприємства чи його продукції, про події, які відбуваються на даному ринку, придатність продукції для ефективного розв'язання певних проблем споживачів; стимулювання пробних закупівель продукції, формування первинного попиту на неї; позиціонування товару, формування належного його іміджу; створення системи уявлень споживача про даний товар чи підприємство; збереження

інформації про товар, його якісні характеристики, особливості та вигоди у пам'яті споживачів; збільшення та стабілізація обсягів збуту продукції кінцевим споживачам; посилення інтересу сфери торгівлі до даного товару, збільшення нею обсягів його закупівель.

Цілі рекламування є базисом розрахунку його бюджету. Для такого розрахунку використовуються ті самі методи, що й для формування бюджету маркетингових комунікацій у цілому. Але тут бюджетування є більш цілеспрямованим і конкретним. Так, бюджет рекламування насамперед орієнтується на його цілі. Якщо використовується при ньому інформація є широкою і обґрунтованою, тоді бюджетування здійснюється на основі функції впливу реклами. Така функція описує зв'язок між вхідними (наприклад, кошторис на рекламу) і вихідними (наприклад, рівень популярності товару чи підприємства) факторами.

Асигнування на рекламу можна розрахувати за формулою Відома-Вольфа:

$$A = \frac{S + LTS}{RT(1 - \frac{S}{M})}, \quad (1)$$

де А – обсяг рекламних витрат;

Р – реакція збуту на рекламу (відношення обсягу продажу до витрат на рекламу);

L – зменшення обсягів збуту за одиницю часу за нульових затрат на рекламу;

S – обсяг продажу;

M – рівень насичення ринку даним товаром;

T – час.

Формула уможливорює обрахунок обсягу рекламних витрат (А), який необхідний для того, щоб збільшити за час Т обсяги продажу на величину ΔS за реального обсягу продажу S і на рівні насичення ринку даним товаром М.

Наступним за бюджетуванням рішенням щодо реклами є опрацювання текстової частини рекламного звернення. Тут передусім необхідно сформулювати головну його ідею, яка має бути значущою для цільової аудиторії, підкреслювати конкретні переваги того, що рекламується.

Рекламне звернення, як правило, складається з двох частин – інформувальної та переконувальної і має закликати покупця до дії. Такий заклик забезпечують апелюванням до відповідних почуттів людини: страху, сексуальних почуттів, гумору, гідності, патріотизму та ін. Так, звертаючись до почуття страху, споживача переконують, що куплений товар може запобігти певним негативним явищам. У такий спосіб рекламують, наприклад, послуги страхових агентств, ліки, деякі предмети побуту. Рекламуючи парфумерію, як правило, апелюють до сексуальних почуттів, переконуючи споживача, що товар підвищить його привабливість в очах іншої статі. Апелюючи до почуття гумору, доводять, що товар є «смішнішим», а тому привабливішим, ніж товари-конкуренти.

Треба спиратись не на емоції, а на факти, передбачати можливість зворотного зв'язку (зазначати номери контактних телефонів, адресу підприємства).

Вибираючи носіїв реклами, треба погодити два протилежні завдання: максимізувати досягнення нею потрібних цілей і мінімізувати відповідні витрати [3].

Вибираючи носіїв реклами, орієнтуються на такі критерії: охоплення – кількість людей, на яку справляє вплив той чи інший носій; частка – процент сімей, що ввімкнули своєчасно телевізори чи приймачі, настроївши їх на конкретну передачу; частота – середня кількість випадків, коли споживач зазнає рекламного впливу; точка великого рейтингу – охоплення, помножене на частоту; вартість на тисячу – вартість реклами, поділена на кількість тисяч окремих осіб чи сімей, які зазнали рекламного впливу.

Наступний етап прийняття рішень щодо реклами – складання графіка рекламування. Його розробляють, виходячи із факторів обертання, регулярності, темпів забування, сезонності й очікуваних кон'юктурних змін. Перед початком масового рекламування рекламу необхідно протестувати. Кінцевий етап процесу прийняття рішень з реклами – оцінка програми рекламування та внесення відповідних корективів.

Таким чином, основними завданнями реклами є: створення і підтримання високого рівня популярності ідей, товарів, послуг тощо; підвищення іміджу підприємства та його продукції; підтримання належної уваги та зацікавленості споживачів, їхнього бажання діяти з метою придбання продукції.

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Теоретико-методологічне обґрунтування формування маркетингових каналів з позицій інноватики / О.А. Біловодська // Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку : монографія ; за ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Папірус, 2012. – С. 324-340.
2. Божкова В.В. Мерчайдаїзинг : навч. посіб. / В.В. Божкова, Т.О. Башук. – Суми : ВДТ «Університетська книга», 2007. – 125 с.
3. Ефективність реклами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://marketinghelping.com/konspekti-lekczy/21-konspekt-lekczy-qosnovi-marketingu/435-efektivnst-reklami.html>.

Устік Т.В.

*к.е.н., доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет*

Будаков Н.О.

*магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

Період системних суспільних перетворень в сфері економіки та торгівлі дає можливість закласти підґрунтя для збалансованого комплексного розвитку окремих підприємств та країни в цілому. Важливе місце займають питання щодо особливостей стратегічного управління маркетинговою діяльністю торговельних підприємств, створення ефеективної маркетингової стратегії та механізмів забезпечення її реалізації (механізми соціально-економічного зростання й екологічного розвитку). Питаннями формування і реалізації маркетингових стратегій та стратегічного управління займалися зарубіжні науковці, серед яких вагомий внесок мали Г. Азоев, І. Ансоф, Ф. Котлер, Г. Армстронг, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон, Е. Чемберлен, А. Юданов. Серед класичних праць, значний інтерес мають дослідження вітчизняних науковців: В. Андрійчука, А. Гайдучького, О. Гудзинського, О. Дація, О. Красноручького, І. Кириленка, М. Корецького, П. Макаренка, М. Маліка, Х. Махмудова, В. Меселя-Веселяка, П. Саблука, О. Шпичака та інших провідних вчених щодо питань формування та функціонування маркетингових стратегій в умовах конкурентної боротьби.

Проте, аналіз наукової літератури показав, що на сьогоднішній день не достатньо визначеними залишаються питання впливу маркетингової стратегії та рівня конкурентоспроможності на потенціал підприємств та економічну ефективність їх функціонування, формування ефективного механізму вибору маркетингових конкурентних стратегій з урахуванням внутрішніх конкурентних переваг продукції до умов ринкового середовища.

Відмітимо, що концептуальними засадами маркетингового розвитку передусім передбачається застосування концепції соціально-етичного маркетингу при виробництві та реалізації засобів захисту рослин та посівного матеріалу, гуманізація, запровадження певної системи принципів підходів до питань суспільної діяльності. Запропонована модель маркетингового розвитку виробництва та стратегічного управління галузі, як і будь-яка соціальна модель в суспільстві, є системою інтегрованих компонентів та їх взаємозв'язків. Успішність функціонування торговельних підприємств в значній мірі залежить від забезпечення ефективною управлінською діяльністю, яка надає реальну фінансову самостійність господарюючих

суб'єктів, гарантує окупність виробничих витрат та пропонує ринку конкурентоспроможну продукцію підприємства.

ТОВ «ІнтерАгроСтандарт» – потужний учасник українського ринку постачання оборотних засобів виробництва для агробізнесу. Дистриб'юторська компанія, яка близько десяти років є надійним партнером з постачання та продажу мінеральних добрив, засобів захисту рослин, посівного матеріалу та закупівлі сільськогосподарської продукції на всій території України. Серед постійних партнерів ІнтерАгроСтандарту – більше 1000 сільськогосподарських підприємств. Концептуальні засади, на яких базується діяльність підприємства: використання інноваційних розробок у технологіях агробізнесу; домінування довгострокових партнерських зв'язків над миттєвою вигодою; професійний клієнт-сервіс, лояльність та індивідуальний підхід; постійне навчання і незмінний розвиток кожного члена команди співробітників; відповідальність перед споживачами та якість продукції.

Місія компанії – це підвищення ефективності агробізнесу через домінування довгострокових партнерських взаємин та пропозицію високоякісних оборотних засобів для розвитку і заможності українського села. Стратегічна мета діяльності підприємства полягає в збільшенні об'ємів продажу усіх видів продукції через освоєння нових внутрішніх ринків та вихід на експорт до Європи та Азії; формуванні високої організаційної та корпоративної культури компанії.

Впровадження маркетингового механізму формування конкурентних стратегій досліджуваного підприємства сприяє як високій економічній ефективності роботи компанії «ІнтерАгроСтандарт», так і утриманню нею стійких, лідируючих та конкурентних позицій на ринку оборотних засобів, враховуючи стратегічний потенціал та можливості підприємства. Особливу увагу привертають стратегії сталого розвитку щодо формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, які підпорядковані загальній бізнес-стратегії діяльності підприємства.

Домінантні проблеми управління вирішуються за рахунок різних інтегральних підходів теорії управління, серед глобальних проблем є питання щодо правильно сформованого стратегічного управління торговельного підприємства, оскільки більшість підприємств в своїй діяльності змушені адаптуватися до швидких та глибинних зовнішніх змін та інноваційному розвитку. Впровадження інновацій забезпечує ефективний розвиток маркетингової діяльності підприємства на ринку з урахуванням конкурентних позицій та внутрішньої координації, а головне передбає майбутній успіх у діяльності.

Слід зазначити, що головна ідея стратегічного управління ґрунтується на розробці стратегії лідера з ефективним функціонуванням підприємства в довгостроковій перспективі в умовах жорсткої конкуренції та в динамічному середовищі. Конкурентні маркетингові стратегії на сьогодні базуються на використанні таких інструментів стратегічного маркетингового управління, як

SWOT-аналіз, PEST-аналіз, маркетинговий аудит, аналіз бізнес-середовища, аналіз роботи конкурентів та побудови матриць - матриця БКГ (Бостонської консультативної групи), матриця модель „McKinsey" (матриця „привабливість — конкурентоспроможність").

Маркетингова стратегія діяльності як досліджуваного підприємства, так і підприємств Сумської області визначено як сукупність напрямків діяльності регіону на цільових ринках з урахуванням показників діяльності підприємств та прийняттям відповідних рішень стратегічного характеру, які полягають у розробці заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств регіону на цільових ринках та визначенням інтегрального показника конкурентоспроможності регіону, а також у розробці механізмів та інструментів реалізації обраної стратегії.

Рівень задоволення потреб споживачів буде безпосередньо залежати від рівня конкурентоспроможності підприємств регіону та правильності вибору маркетингової стратегії, а тому його маркетингова стратегія повинна бути спрямована на підвищення рівня конкурентоспроможності на кожному цільовому ринку шляхом максимального пристосування наявних абсолютних та порівняльних переваг до запитів споживачів та задоволення їх потреб.

Список використаних джерел

1. Бабаченко Л.В. Прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу / Л.В. Бабаченко, С.О. Галяміна // Міжнародна науково-практична конференція «Державне управління і національна безпека». – Київ, 29 вересня 2016р. – С. 14-15.
2. Балабанова Л. В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства. Навч. Посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод., І.В.Балабанова – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
3. Мартинюк Л. Обґрунтування вибору конкурентних стратегій підприємствами у секторі малого бізнесу / Л. Мартинюк. // Підприємництво, господарство і право. – 2013. – №12. – С. 127–130.
4. Ткаченко А. М. Конкурентоспроможність продукції як інструмент ефективного управління / А. Ткаченко, П. Гончарук // Вісник економічної науки України. – 2012. – № 2. – С. 159–165.

Устік Т.В.

*к.е.н., доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет*

Іваненко В.Є.

*магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ

Феномен інновацій представлений інноваційним потенціалом. Поняття потенціалу тісно пов'язане зі структурою цілей і зазвичай визначається як "сукупність можливостей та розвитку" підприємства. Під потенціалом підприємства прийнято розуміти сукупність ресурсів, які характеризують його силу, джерела, можливості, засоби, запаси, здібності, ресурси та інші виробничі резерви, які можуть бути використані в економічній діяльності. Інноваційний потенціал – є складовою інноваційного простору, який характеризується "особистими та діловими якостями керівників професійної та економічної підготовки, професійними досягненнями, матеріально-технічним і фінансовим забезпеченням. Інноваційний потенціал представляє собою набір здійснюваних нововведень. Інноваційний потенціал є складовою кожного потенціалу підприємства, а з іншого боку, кожен елемент потенціалу підприємства забезпечується інноваційною складовою.

Інноваційний потенціал є важливим чинником вибору стратегій розвитку діяльності підприємств аграрного сектору серед його складових важливо враховувати наявні природно-кліматичні умови та земельні ресурси, правильність вибору місії та цілі підприємства, привабливість ринку, поточні стратегії конкурентів, конкурентна позиція підприємства на ринку; наявні та потенційні конкурентні переваги підприємства, розмір та виробничий потенціал підприємства, особливості виробництва, зберігання, транспортування продукції, стадія життєвого циклу товару, витрати на виробництво та збут продукції, пріоритети керівництва, фінансові ресурси та кредитні можливості підприємства тощо.

Маркетингові стратегії та маркетингове планування діяльності підприємств базуються на оцінці стратегічних чинників, що впливають на діяльність підприємства, включаючи організаційні особливості аграрної сфери, стан аграрних ринків, життєвий цикл товарів, конкурентну ситуацію та інші чинники макросередовища. Ефективність маркетингової стратегії та правильність маркетингового планування залежить від процесу реалізації й чинників готовності підприємства до цього процесу.

Слід враховувати послідовність розробки та реалізацію заходів щодо комплексного просування інновацій, яка складається з вибору маркетингової стратегії просування, при цьому формується оптимальна композиція інструментів реалізації обраної стратегії, складається план реалізації обраної

стратегії, проводиться збір та аналіз результатів, вносяться коректування поставлених задач чи показників діяльності. Критерієм ефективності використання конкретних маркетингових інструментів просування інновацій щодо комунікаційних витрат є можливість залучення нових покупців та правильність вибору методів маркетингової стратегії.

Науково аргументовано, що формування та вибір стратегій необхідно здійснювати на основі диференціації складових маркетингу, що надасть можливість створення конкурентних переваг за рахунок оперативного реагування на зміну кон'юнктури ринку та підвищення стійкості ринкових позицій досліджуваного підприємства. Встановлено, що на вибір маркетингових стратегій впливають масштаби виробництва, сезонність, цілі діяльності та позиції підприємства на ринку продукції.

Розглядаючи аналіз методів та інструментів розробки маркетингових стратегій та запровадження заходів ефективного маркетингового планування слід виділити основні групи, серед яких графічно-матричні моделі (БКГ, матриця Мак-Кінсі, матриця SPACE, "дерево рішень"); важливе значення відіграють як аналітично-експертні підходи (SWOT-аналіз, PEST-аналіз, матриця оцінки можливостей, метод сценаріїв, PIMS), так і використання економіко-математичних моделей. У практиці підприємств аграрної сфери для оцінки та прогнозування ефективності маркетингу використовуються ретроспективні та якісні методи. Застосування лише одного підходу при формуванні маркетингових стратегій не дає змогу врахувати вплив різноманітних чинників та їх вагомість та забезпечити ефективне маркетингове планування галузі в довгостроковій перспективі.

На основі матричного методу з урахуванням інноваційного потенціалу підприємства визначено позиції досліджуваного підприємства та напрями посилення їх конкурентних переваг за рахунок обраних маркетингових стратегій для конкретного підприємства на основі диференціації складових інноваційного потенціалу, було обґрунтовано доцільність впровадження різних варіантів організації маркетингової діяльності підприємств залежно від їх розміру, масштабів діяльності та обраних маркетингових стратегій.

Відмітимо, що при визначенні маркетингового планування доцільно враховувати оцінку тенденцій і структурних змін у сільському господарстві країни в цілому; проводити оцінку конкурентоспроможності окремих видів сільськогосподарської продукції з урахуванням інноваційного потенціалу підприємства; проводити вибір базових і товарно-ринкових стратегій, враховуючи напрями державної підтримки та регулювання сільськогосподарського виробництва.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : підручник. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.
2. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.

3. Янковець Т.М. Обґрунтування взаємозв'язку стратегічного управління підприємством й інноваційного його розвитку / Т.М. Янковець // Проблеми науки. – 2009. – №6. – С. 26-32.
4. Маркетологу на заметку: расчет некоторых показателей [Электронный ресурс] // Публикации консалтинговой компании «Энциклопедия маркетинга». – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/marketing_ratios.htm.
5. Устік Т.В. Використання інноваційних технологій ведення землеробства суб'єктами агробізнесу/ І.О.Термоса, Т.В. Устік // *Розвиток аграрного бізнесу в Україні: монографія* / за ред. проф. Брюховецького І.М. – Суми: СНАУ, 2016. – С.272-285

Устік Т.В.

*к.е.н., доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу
Сумський національний аграрний університет*

Протащук С.С.

*магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку глобалізації та інтеграції міжнародних відносин актуалізуються питання управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Цей процес охоплює усі ступені управлінської ієрархії від мікрорівня, на якому відбувається конкурентна боротьба суб'єктів господарської діяльності, до макрорівня, де формуються конкурентні позиції підприємств та їх інтеграційних об'єднань. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства передбачає дослідження конкурентного середовища та його ключових індикаторів, а також аналіз розвитку потенціалу конкурентоспроможності галузі в цілому. Враховуючи динаміку економічних трансформацій в сфері торговельної діяльності цей процес має ґрунтуватися на інноваційних засадах.

Підприємствам потрібно шукати шляхи для підвищення конкурентоспроможності продукції з метою збільшення прибутковості, підвищення іміджу та залучення коштів інвесторів, вкладання коштів інвесторами потрібне для розширення виробництва, придбання нового технічного оснащення та інших важливих складових розвитку підприємства в цілому. Важливими та визначальними є такі детермінанти управління конкурентоспроможністю як фінансово-економічна стійкість, організаційно-управлінська та виробничо-операційна системи, маркетингові стратегії розвитку підприємства.

Виявити основні тенденції зміни, класифікувати підприємства та визначити і позиції зможемо за допомогою побудови конкурентної карти як один із етапів при проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. На сьогодні, компанія ІнтерАгроСтандарт здійснює свою діяльність у напрямках: реалізація мінеральних добрив (комплексні та мікродобрива); реалізація засобів захисту рослин вітчизняних та світових виробників; вирощування сільськогосподарської продукції на демополігонах; торгівля сільськогосподарською продукцією; надання висококваліфікованої допомоги у визначенні якості сільськогосподарської продукції через власну лабораторію.

Конкурентна карта ринку, яка розроблена для досліджуваного підприємства, представляє собою матрицю, розміром 4 x 4, яка базується на використанні перехресної класифікації розміру та динаміки ринкових часток підприємств по конкретному типу продукції. У нашому випадку ринкова частка підприємств – це показник, який частково вказує на тенденції розвитку в сфері торгівлі.

Для більш точної побудови конкурентної карти ми будемо використали сукупність виявлених (у ході проведення оцінки конкурентоспроможності продукції) тенденцій змін стану продукції торговельної компанії, а саме продаж мінеральних добрив та засобів захисту рослин об'єкта дослідження та підприємств-конкурентів. Серед конкурентів слід виділити такі компанії як «УкрРосХім» та «Ерідон», досліджуване підприємство «ІнтерАгроСтандарт» займає друге місце. Щоб займати лідируючі позиції на ринку мінеральних добрив та засобів захисту рослин, підприємству необхідно зацентувати увагу на ціновому і товарному потенціалі, а також розвивати внутрішній маркетинг та ефективно використовувати маркетинговий інструментарій.

Запропонована конкурентна карта дає можливість виділити, яке з положень на ринку є найбільш вигідним та визначити підприємства, які належать до першої групи (лідери ринку, які швидко підвищують конкурентні переваги) та ті підприємства, які є найбільш слабкими (аутсайтери ринку, які швидко втрачають конкурентні переваги).

Важливим фактором, який має вплив на привабливість галузі є рівень суперництва між наявними конкурентами. Нами була здійснена оцінка конкурентоспроможності продукції компанії ІнтерАгроСтандарт та ряду підприємств-конкурентів, було виявлено досить високий рівень конкуренції між торговельними підприємствами, цей фактор доцільно оцінити у «4» бали. Залежність від постачальників є наступним фактором, що здійснює вплив на діяльність підприємства. Стосовно даного фактору, то можемо з впевненістю стверджувати, що він має досить значний вплив на рівень ефективності діяльності підприємства, пояснити перш за все можна це тим, що від закупки якісної продукції (мінеральних добрив, засобів захисту рослин, посівного матеріалу) залежить урожайність сільськогосподарських культур та надійні партнерські відносини з провідними господарствами регіону, можемо

стверджувати, що даний фактор чинить досить вагомий вплив на діяльність підприємства, тому і оцінимо його в «3» бали. Сила впливу покупців є останнім досліджуваним нами фактором. необхідно досить ретельно підходити до вибору покупців, адже виникає доволі велика загроза потрапити у залежність від ринків збуту.

На ефективність конкурентної стратегії розвитку галузі та підприємства, крім п'яти сил М. Портера, вагомий вплив мають PEST-фактори. Краще це зробити, з нашого погляду, за допомогою методу PEST-аналізу, який спрямований на моніторинг та контроль чотирьох факторів зовнішнього середовища: політичних, економічних, соціальних та технологічних. За даними аналізу бачимо, що на функціонування компанії ІнтерАгроСтандарт найбільший вплив чинить група економічних факторів (узагальнена оцінка = 4,40), що пов'язано із нестабільною економічною ситуацією в державі. Також чималий вплив чинить група соціальних факторів (узагальнена оцінка = 3,55), що пов'язано зі зміною життєвих цінностей, пріоритетів споживачів та покупців продукції та соціальної стабільності.

Наступним кроком є встановлення стратегічних цілей, напрямів розвитку та на їх основі формування конкурентної стратегії для досліджуваного підприємства, спираючись на нинішні конкурентні позиції на ринку мінеральних добрив та засобів захисту, наявних конкурентних переваг, а також зважаючи на сучасний стан, перспективи розвитку та рівень конкурентної боротьби в галузі.

Ми впевнені в тому, що основною стратегічною ціллю та напрямками розвитку торговельного підприємства є утримання сильної конкурентної позиції та нарощування власних потужностей, відкриття представництв в інших регіонах держави, ефективна робота логістичної служби та задоволення смаків та потреб споживачів в даному виді продукції, надання якісних послуг в агрономічній сфері та ефективний клієнт сервіс.

Список використаних джерел

1. Маркетологу на заметку: расчет некоторых показателей [Электронный ресурс] // Публикации консалтинговой компании «Энциклопедия маркетинга». – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/marketing_ratios.htm.
2. Серединська, В.М. Оцінювання конкурентоспроможності продукції в системі маркетингу [Текст] / В.М. Серединська / Маркетинговий інструментарій управління попитом на товари і послуги / Р.В. Федорович [та ін.] ; за ред. проф. Р.В. Федоровича. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2016. – 244 с.
3. Устік Т.В. Роль концепції сталого розвитку у формуванні конкурентоспроможної економіки України / Данько Ю. І., Устік Т. В. // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права : зб. наук. пр. / Львів. ун-т бізнесу та права. – Львів, 2016. - № 14. – С. 38-44.

*Флока Людмила Валеріївна
к.с.-г.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології,
експертизи та митної справи
Нестеренко Дар'я Павлівна
студентка групи БТ-41
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і
торгівлі»
м.Полтава, Україна*

АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Хлібопекарська промисловість України має велике соціальне значення, вона є підтримкою стабільності у суспільстві, а підприємства, що виробляють такий важливий для кожного пересічного українця продукт харчування, як хліб, прагнуть задовольнити потреби усіх верств населення. Тим не менш, не дивлячись на таку значимість, останнім часом у галузі спостерігаються негативні процеси, що істотно впливають не лише на якість виробів, а й на загальні тенденції у виробництві та реалізації продукції [1].

Зменшення виробництва хліба в Україні є характерною тенденцією останніх років. Відбувається воно з декількох причин, головні з яких це скорочення чисельності населення, наявність тіньового сектора ринку, що не потрапляє в статистику, і зміна харчових переваг співгромадян в період кризи. На спаді перебуває і випуск деяких видів кондитерських виробів. У цьому секторі ринку конкуренція виробників з випічкою домашніх господарств найбільш сильна.

Наразі серед промислових виробників хліба та хлібобулочних виробів основна частка припадає на вертикально-інтегровані компанії: концерн «Хлібпром» (м. Львів), який охоплює 15,6% ринку хлібопродуктів; ПАТ «Київхліб» (м. Київ) – 13,5%; група «Lauffer Group» (м. Донецьк) – 13,0; ТОВ «ХК «Хлібні інвестиції» (м. Київ) – 11,1; ТМ «Кулиничі» (м. Харків) – 9,4; ТМ «Формула смаку» (м. Кропивницький) – 8,8; ТМ «Хлібодар» (м. Запоріжжя) – займає 5,9% ринку. Ці компанії-виробники постачають на ринок країни понад 3/4 обсягів хлібопродукції промислового виробництва [2].

Хлібопекарська галузь у продовольчій системі України є однією з небагатьох галузей, яка забезпечує виробництво продукції на рівні фізіологічних норм споживання. Слід зазначити, що сформована нині структура операторів ринку хліба й хлібобулочних виробів – надто диференційована. Промислове виробництво продукції в цій структурі становить не більше 40%. Близько 50–60% ринку поділяють між собою приватні міні-пекарні та пекарні торговельної мережі, близько 7–12% – припадає на цехи підприємств громадського та швидкого харчування. Значна частка продукції галузі не обліковується державною статистикою й

розрахувати її можливо лише орієнтовно, виходячи з кількості наявного населення в країні та середньозваженої норми споживання [3].

Наразі асортимент хліба та хлібобулочних виробів, що випускається заводами в Україні, налічує майже 1000 найменувань і щороку до них додається ще кілька десятків. Виробники розширюють його за рахунок не скільки використання нових технологій, скільки застосуванням добавок (кунжут, льон, родзинки, спеції, горіхи, кокосова стружка тощо), наповнювачів.

Загальновідомим є факт, що виробництво соціальних сортів хліба є низькорентабельним, а даний вид товарної категорії займає близько 80% загального обсягу виробництва хліба в Україні, суттєво випереджаючи преміальні й функціональні сорти хліба 5% і 3% відповідно.

Хліб та хлібобулочні вироби є доступними харчовими продуктами, котрі завжди знаходяться на полицях магазинів. В асортименті хлібобулочної продукції переважає хліб пшеничний, його частка займає 41,9% ринку, хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній – 31,7, вироби булочні – 24,8, хліб житній – 1,1, інші види хліба – 0,6% ринку.

За результатами моніторингу ринку хлібобулочних виробів можна прогнозувати збереження в найближчій перспективі поточних тенденцій розвитку. Каталізаторами зростання ринку можуть стати підвищення добробуту населення і знаходження нових напрямків експорту [4].

Для проведення дослідження якості було відібрано зразки хлібобулочних виробів, що реалізуються в роздрібній торговельній мережі м.Полтава, а саме: хліб «Обідній до столу», хліб «Тостовий Європейський білий», хліб «Гірчичний» та хліб «Сімейний».

Органолептичні і фізико-хімічні показники визначали за загальноприйнятною методикою відповідно до вимог стандарту ДСТУ 7517:2014 «Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови»[5].

Результати органолептичної оцінки свідчать, що зовнішній вигляд досліджуваних зразків хліба відповідний, форма відповідна, поверхня без забруднень, без великих тріщин і підривань, колір відповідний, світло-коричневий, без підгоріlostей; стан м'якуша: м'якуш пропечений, не вологий, еластичний, без слідів непромісу, пористість розвинута, без пустот та ущільнень; смак і запах властиві, приємні, без сторонніх присмаків і запахів.

Результати фізико-хімічної оцінки якості показали, що вологість та кислотність в усіх досліджуваних зразках знаходиться у допустимих стандартом межах.

Таким чином, проведені дослідження якості хлібобулочних виробів, а саме хліба, показали, що продукція українських виробників хлібобулочних товарів відповідає вимогам стандарту за органолептичними і фізико-хімічними показниками.

Отже, підвищення ефективності діяльності хлібопекарської галузі в продовольчій системі України та її конкурентоспроможності на зовнішніх

ринках, оновлення та раціональне використання потенціалу галузі, забезпечення населення країни якісною хлібопекарською продукцією вимагають розроблення стратегії розвитку хлібопекарської галузі, яка має охопити напрями і заходи вирішення усіх вказаних вище проблем, у тому числі державної підтримки правового й економічного характеру, з перспективою постійного моніторингу та контролю виконання визначених завдань. Однак першочергового вирішення потребують запитання: перегляду і удосконалення нормативної документації на хлібопекарську сировину; стабільного забезпечення хлібопекарської галузі необхідною кількістю якісного хлібопекарського борошна; удосконалення статистичного обліку виробництва хліба та хлібопродуктів; захисту споживачів від неякісної хлібопродукції тощо.

Список використаної літератури

1. Сирохман, І.В. Якість і безпечність зерноборошняних продуктів. Навчальний посібник [Текст]/ І.В. Сирохман, Т.М. Лозова— К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 384 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Навольська Н.В. Дослідження ринку хліба і хлібобулочних виробів в Україні / Н. В. Навольська. // Глобальні та національні проблеми економіки. — 2016. — №11. — С. 438–441.
4. Васіна К. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів України. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12894/>.
5. ДСТУ 7517:2014. Хліб із пшеничного борошна. Загальні технічні умови / Нац. стандарт України. — Вид.офіц. — [Чинний від 01.08.2016]. — Київ : Держспоживстандарт України, 2014. — 18с.

Фролова Г.І.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Бердянський університет менеджменту і бізнесу
м.Бердянськ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Масове розповсюдження малого підприємництва дозволяє охарактеризувати його як основну рушійну силу економіки, фундамент дрібнотоварного виробництва, суттєвого учасника операцій з купівлі-продажів товарів та послуг, каталізатор економічного розвитку бізнесу та країни в цілому. Суб'єкти малого підприємництва безперервно забезпечують мобілізацію виробничих і фінансових ресурсів населення та його зайнятість, роблять ринок більш гнучким, мобільним, прогресивним, інноваційним тощо.

З огляду на це, сприяння розвитку малого підприємництва повинно бути основною стратегічною задачею обґрунтованої та ефективної політики в Україні.

Мета дослідження полягає у визначенні місця, основних перешкод та шляхів їх подолання в діяльності суб'єктів малого підприємництва в Україні.

Мале підприємництво в Україні представляє собою самостійний органічний елемент ринкової економіки, який базується на ініційованій ризиковій господарській діяльності малих підприємств та фізичних осіб-підприємців з метою отримання додаткового прибутку.

Приватне підприємство – один з різновидів юридичної особи, що діє на базі приватної власності, яка належить одній або кільком фізичним особам, або приватної власності юридичної особи.

Мале приватне підприємство (МП) – організація, в якій зайнята мінімальна кількість співробітників. Для різних галузей законодавство встановлює різні норми: громадське харчування та роздрібна торгівля – 15 осіб; невиробнича сфера – 25; наука та її обслуговування – 100; будівництво та промисловість – 200; інші сфери діяльності – 50. Це можуть бути майстерні, магазини, ательє – будь-які підприємства, що відповідають нормам, встановленим законом.

Не слід плутати таке підприємство з приватним підприємцем (фізичною особою-підприємцем, ФОП). У цьому випадку приватне підприємство – це юридична особа, а фізична особа – це ФОП [1].

Незважаючи на невеликі розміри, соціально-економічну значущість і МП, і ФОПів складно переоцінити. Якщо розглядати їх вплив у трьох основних економічних категоріях: держава, суспільство, підприємець, то можна виокремити значні позитивні результати.

Для держави МП і ФОПи є основними платниками податків до держбюджету; лідерами за кількістю створених робочих місць; каталізаторами розвитку інноваційного бізнесу; інкубатором для вирощування бізнес-еліти; сприяють формуванню конкурентного середовища.

Для суспільства створюються можливості розширення соціальної основи ринку; ефективніше використовуються власні збереження у виробництві; підвищується стійкість крупного бізнесу; зростає асортимент товарів та послуг; створюється глибока спеціалізація та доцільність виробництва.

Для підприємців підвищується добробут, соціальний статус, розширюються можливості самореалізації, мобільності ведення бізнесу.

Таким чином, рівень розвитку і якісні характеристики діяльності МП і ФОПів є визначальним чинником розвитку країни і суспільства. Діяльність таких підприємств є критично важливою для забезпечення соціальної стабільності.

Не дивлячись на це, статистична картина діяльності досліджуваних суб'єктів господарської діяльності в Україні виглядає дуже песимістично.

В контексті цього впливає необхідність аналізу основних проблем ефективної роботи підприємств даного типу в Україні. До основних з них можна віднести: проблеми кредитування, корупцію, податкове законодавство та ставки податків тощо.

З 1 січня 2017 р. фізичні особи-підприємці другої і третьої груп зобов'язані сплачувати єдиний соціальний внесок в розмірі 704 грн. в місяць, навіть якщо тимчасово не мали ніякого прибутку. У попередні роки підприємцям не потрібно було сплачувати цей внесок за умови декларування нульового доходу за звітний період. Що стосується першої групи підприємців на спрощеній системі оподаткування, то вони матимуть можливість сплачувати половину мінімального страхового внеску в розмірі 352 грн. в місяць. Показовим є той факт, що підприємці масово почали закривати бізнес після прийняття цього законопроекту Верховною Радою [2].

Масове закриття малих підприємств, неминуче призведе до зростання безробіття в Україні. Така політика неминуче призведе до зниження торговельного обороту, втрат бюджету, зменшення кількості бізнес-еліти, знищення середнього класу, збільшення безробіття, необхідності збільшення видатків Державної служби зайнятості тощо.

Що стосується проблем, асоційованих з фінансовим забезпеченням малого підприємництва, то використання банківського кредиту є класичною технологією запозичення необхідних фінансових ресурсів для розвитку малих підприємств та здійснення інвестиційно-інноваційної діяльності.

В економічно розвинених країнах питома вага кредиту в структурі джерел фінансування суб'єктів малого підприємництва становить не менше, ніж 60%. Зовсім іншою є структура джерел фінансового забезпечення таких підприємств в Україні, де частка кредиту дорівнює менше, ніж 20% [3].

До основних стримуючих чинників для кредиторів можна віднести такі проблеми, як: непрозорість бізнесу; недостатня економічна та юридична грамотність малих підприємств; високі ризики неповернення кредитів та відсутність масштабної державної підтримки суб'єктів підприємництва.

До проблем з точки зору позичальників можна віднести такі проблеми, як: висока вартість кредитів; жорсткі умови отримання кредитів; великі строки розгляду заявок; недостатня державна підтримка бізнесу.

В цих умовах та враховуючи структуру сектору малого підприємництва в Україні, переважну більшість якого становлять фізичні особи-підприємці, перспективним механізмом фінансової підтримки підприємців (особливо для початківців) є мікрофінансування.

Що стосується інших проблем в діяльності суб'єктів малого підприємництва, то основними напрямками їх вирішення повинні стати: зміни в законодавчих та нормативно-правових документах, регіональних програмах розвитку; спрощення систем бухгалтерського обліку та оподаткування; ефективна організація фінансування та інвестування в малий бізнес; підготовка кваліфікованих кадрів тощо.

Беззаперечним є той факт, що сприяння розвитку малого підприємництва дозволяє стимулювати економічний, політичний, демократичний розвиток країни; формувати стабільний та платоспроможний середній клас, бізнес-еліту; дозволяє зменшити безробіття та дефіцит тих чи інших товарів, послуг на ринку. Таким чином, зусилля державної політики, міжнародних інститутів, фіскальних служб, фінансового сектору, навчальних закладів, суспільства повинні бути спрямовані на створення максимально комфортних умов ведення бізнесу в нашій країні.

Список використаних джерел

1. Приватне підприємство (особливості, реєстрація, ліквідація). – [
2. З
- а
3. Дружиніна В.В., Шараєвська Я.В. Банківське кредитування малого бізнесу в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/74892.doc.htm.

У
к
р
а
ї
н
и

Фурдига А.І.
студентка Інституту економіки і менеджменту
Пушак Г.І.
к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

«

П Проблеми якості та безпечності продукції споживчого призначення завжди матимуть найвищий рівень актуальності, адже вони прямо пов'язані з життям і здоров'ям населення. Якщо промислова продукція чинить досить вагомий несистемний місцевий вплив на людей, то сільськогосподарська продукція, яка є основою харчування, внаслідок значної поширеності і частоти внутрішнього споживання є серйозним демографічним фактором.

е Сьогодні дедалі виразніше постає питання навіть не про те, що людство валишить прийдешнім поколінням, а про чисельність населення і його фізичне здоров'я, а також про можливість існування людства загалом. Не останню роль у цьому відіграє і якість та безпека сільськогосподарської продукції як одного з основних чинників забезпечення природних потреб людини.

я Населення світу, яке сьогодні налічує 6,1 млрд ос., за прогнозами на 2050 р. зросте до 9 млрд ос., тобто наполовину. Водночас світова площа оброблюваних земель сільськогосподарського призначення за цей період скоротиться вдвічі з причин глобальної урбанізації. У таких умовах постійно зростаючі потреби у сільськогосподарській продукції можна задовольнити

н

д

о

виключно за рахунок активної розробки і застосування інноваційних технологій, причому для виробництва не тільки необхідної кількості, а й відповідної якості продукції сільського господарства [1].

Сільськогосподарська продукція є ширшим поняттям, аніж продукти харчування, через наявність у її складі крім продуктів, безпосередньо готових до вживання, ще й кормів для тварин, а також сировини для переробної промисловості [1].

Для якості сільськогосподарської продукції важливим є сукупність корисних фізико-біологічних властивостей продукції та здатність повною мірою задовольнити відповідні потреби людини. Безпечною є продукція сільського господарства, яка не створює шкідливого впливу на здоров'я людини та відповідає медико-санітарним вимогам та відповідним технічним стандартам. Отже, безпечний продукт не завжди буває якісним, але якісний продукт повинен бути безпечним.

Щодо застосування генетично модифікованих організмів (ГМО) науковці ставляться досить неоднозначно, переважає думка про існування потенційної загрози здоров'ю людини та генофонду нації в цілому. Крім того, чинне законодавство містить прямі заборонні приписи щодо використання генетично модифікованих організмів. Так, Законом України «Про дитяче харчування» від 14 вересня 2006 р. у ч. 6 ст. 8 та ч. 6 ст. 9 прямо заборонено використання сировини, що містить ГМО, для виробництва продуктів дитячого харчування [2]. В Україні було здійснено спробу врегулювання питання про інформування споживачів щодо наявності у продукції ГМО. У ч. 5 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» у редакції Закону від 1 грудня 2005 р. встановлено, що інформація про продукцію повинна містити позначку про наявність у її складі ГМО [3]. Але вже 21 листопада 2007 р. зазначені положення були відмінені іншою постановою Кабінету Міністрів України «Питання маркування сільськогосподарських товарів, вироблених із застосуванням генетично модифікованих організмів» без жодного пояснення причин такого вердикту.

У країнах ЄС прийнято 0,9-відсотковий пороговий рівень ГМО у продуктах харчування. Це той мінімум, який відслідковується приладами. Такий самий порядок введено й у найближчих сусідів по СНД [4]. Сьогодні Україна намагається наблизити власне законодавство щодо поводження з ГМО до європейського, а саме: у Верховній Раді знаходяться законопроекти, щодо обов'язковості маркування ГМО та інформування споживачів щодо харчових продуктів. Міністерство охорони здоров'я розробило перелік харчових продуктів, щодо яких здійснюється контроль вмісту ГМО, до якого входять продовольча сировина і харчові продукти, які з неї можуть виготовлятися, а саме: соя, кукурудза, картопля, томати, кабачки, диня, папайя, цикорій, цукровий буряк, ріпак, льон, бавовна, пшениця, соняшник, рис, харчові добавки, вироблені з ГМО, та харчові продукти для спеціального дієтичного споживання, отримані з ГМО. Проте в Україні трапляються недобросовісні

виробники, які намагаються використовувати ГМО у своїй продукції з порушенням вітчизняного законодавства.

Підсумовуючи слід зазначити, що Україна має всі необхідні ресурси для забезпечення попиту внутрішнього та зовнішнього ринків якісною та безпечною продукцією агропромислового комплексу, проте слід звернути увагу на: посилення контролю за якістю та безпечністю продукції на основі міжнародних стандартів систем якості, надання споживачу повної та правдивої інформації про склад продукції і посилення відповідальності виробників за виготовлення неякісної та небезпечної продукції.

Список використаних джерел

1. Аграрне право України: навч. посібн., 2012р. URL: <http://mego.info>
2. Закон України «Про дитяче харчування» від 14 вересня 2006 р. № 142-V URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-16>
3. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 р. № 1023-XII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
4. Іванух Р. А., Дусановський С. Л., Білан Є. М. Аграрна економіка і ринок. – Тернопіль, Збруч. – 2003. – 305 с.

Харченко Т.О.

к.і.н., доцент кафедри правознавства

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

м. Полтава, Україна

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Засади державної політики, спрямовані на створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва, закріплені у нормах ст. 48 Господарського кодексу України. Органи публічної влади наділені значними правами щодо можливості реально підтримати розвиток підприємництва, створивши для цього необхідні умови, а саме: надають підприємцям земельні ділянки, передають державне майно, необхідне для здійснення підприємницької діяльності; сприяють підприємцям в організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування їх діяльності, підготовці кадрів; здійснюють первісне облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої і соціальної інфраструктури з продажем або передачею їх підприємцям у визначеному законом порядку; стимулюють модернізацію технології, інноваційну діяльність, освоєння підприємцями нових видів продукції та послуг; подають підприємцям інші види допомоги.

Повноваження органів публічної влади щодо управління розвитком малого бізнесу науковці поділяють між трьома рівнями управління [1, с.107]: вищі органи державної влади (Верховна Рада України та Кабінет Міністрів України); регіональні органи влади (обласні та районні ради, обласні й районні державні адміністрації, а також влада міст обласного підпорядкування); органи місцевого самоврядування (сільські, селищні та міські ради та їх

виконавчі комітети).

Розробку та реалізацію державної політики розвитку малого бізнесу забезпечують органи державної виконавчої влади відповідно до своєї компетенції й повноважень у взаємодії з підприємницькими структурами, об'єднаннями підприємців, громадськими організаціями та спілками, банками та небанківськими фінансово-кредитними установами [1, с.108].

Коло суб'єктів господарювання, які можуть розраховувати на особливий механізм державної підтримки як на загальнодержавному, так і на регіональному рівні визначено окремо Законом України «Про державну підтримку малого підприємництва».

Зазначимо, що перш, ніж визначити права органів публічної влади щодо підтримати розвитку підприємництва (ст.48), Господарський кодекс України встановив загальні гарантії прав підприємців (ст. 47): держава гарантує усім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права та рівні можливості для залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів; забезпечення підприємця матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється з метою виконання підприємцем поставок, робіт чи послуг для пріоритетних державних потреб; держава гарантує недоторканість майна і забезпечує захист майнових прав підприємця.

У той же час підприємець або громадянин, який працює у підприємця по найму, у передбачених законом випадках може бути залучений до виконання в робочий час державних або громадських обов'язків, з відшкодуванням підприємцю відповідних збитків органом, який приймає таке рішення. Спори щодо відшкодування збитків вирішуються судом.

Вилучення державою або органами місцевого самоврядування у підприємця основних і оборотних фондів, іншого майна допускається відповідно до ст. 41 Конституції України на підставах і в порядку, передбачених законом; збитки, завдані підприємцю внаслідок порушення громадянами чи юридичними особами, органами державної влади чи органами місцевого самоврядування його майнових прав, відшкодовуються підприємцю.

Держава забезпечує захист прав і законних інтересів суб'єктів господарювання та споживачів. Права та законні інтереси зазначених суб'єктів відповідно до ч. 2 ст. 20 ГК України захищаються шляхом [2, с.34-35]: визнання наявності або відсутності прав; визнання повністю або частково недійсними актів органів державної влади та органів місцевого самоврядування, актів інших суб'єктів, що суперечать законодавству, ущемлюють права та законні інтереси суб'єкта господарювання або споживачів; визнання недійсними господарських угод з підстав, передбачених законом; відновлення становища, яке існувало до порушення прав та законних інтересів суб'єктів господарювання; припинення дій, що порушують право або

створюють загрозу його порушення.

За даними експертів світового банку, відображеними ще декілька років тому у їхньому рейтингу легкості ведення бізнесу – Doing Business 2015, Україна досягла суттєвого успіху, піднявшись за період з 2014 по 2015 рік із 112 сходинки на 96. Відносно добрі рейтинги України за статтями «започаткування бізнесу» (76-те місце, всі процедури займають 21 день), «отримання дозволів на будівництво» (70-те місце, 64 дні), а також укладання контрактів (43-те місце). За позицією «легкістю отримання кредитів» Україна знаходиться серед лідерів дерегуляції: країна займає 17-те місце. Подана інформація має відносно позитивне звучання, адже легкість отримання кредиту, не відображає реального розміру кредитної ставки, яка є однією з найбільших в Європі, і яка, цілком зрозуміло, не дає можливості розширити коло суб'єктів господарювання, що потребують підтримки через механізми кредитування [3, с.67].

Список використаних джерел

1. Гончарова В. Г. Особливості державної підтримки розвитку малого підприємництва в адміністративно-територіальних одиницях // Вісник Академії митної служби України. Серія: «Державне управління». 2012. № 1 (6). С.107-114.
2. Несинова С. В., Воронко В.С., Чебикіна Т.С. Господарське право України. Навч. посіб. / за заг. ред. С. В. Несинової. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 564 с.
3. Гобир І. Б., Мельник М. І. Державної підтримки розвитку малого підприємництва в Україні в кризових умовах // Вісник Академії митної служби України. Серія: «Державне управління». 2015. № 10. С.65-69.

Харченко Т.О.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції

Белоусова А.В.

студентка I курсу магістратури

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ

Сталі процеси інтеграції країни в міжнародне економічне середовище розширюють можливості вітчизняних підприємств щодо нарощення обсягів реалізації продукції шляхом освоєння нових закордонних ринків. Проте й поглиблюють вимоги в частині вибору найбільш конкурентоздатних видів продукції високої якості для досягнення економічної ефективності ведення експортно-імпортних операцій. Адже, як свідчить досвід, збитковість ведення зовнішньоекономічних операцій підприємств обумовлена необґрунтованістю

вибору виду продукції, некоректністю валютної політики при економічному обґрунтуванні здійснення експортно-імпортних операцій тощо. Окреслені процеси зумовлюють необхідність проведення оцінки ефективності управління експортно-імпортних операцій у визначених контрольних віхах для зниження ризиків збитковості її здійснення.

Основою більшості існуючих методичних підходів щодо оцінки ефективності ведення зовнішньоекономічної діяльності є співставлення результативності експортно-імпортних операцій з витратами ресурсів на їх здійснення. Враховуючи той факт, що оцінку ефективності зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств було запроваджено з 1991 р., доцільно відмітити розроблені методичні підходи в основу яких покладено розрахунок інтегральних показників ефективності, сформованих з масиву аналітичних показників, котрі характеризують процес ведення експортно-імпортних операцій [1, с. 319-321; 2, с. 173; 3, с. 320-328]. Варто також зазначити, що переважну увагу при проведенні оцінки ефективності управління експортно-імпортними операціями було зосереджено на оцінці ефективності експорту, що за умови діючих трансформацій є недостатнім і потребує всебічної оцінки визначеної стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Встановлено, що сучасний науково-методичний доробок щодо оцінки ефективності управління експортно-імпортних операцій підприємств структуровано за наступними ключовими елементами: оцінка абсолютних показників ведення зовнішньоекономічної діяльності; оцінка динаміки відносних показників; оцінка структурних елементів експортно-імпортних операцій та безпосередньо розрахунок показників її ефективності [4, с. 41-45; 5, с. 75].

Перелік показників першої групи залежить від напрямів експортно-імпортних операцій підприємства та може включати такі узагальнені елементи, як обсяги експорту та імпорту, обсяг експорту нових товарів, оцінка обсягу реклаमाцій та частки задоволених рекламацій в структурі експорту тощо. У складі ключових відносних показників доцільно відмітити коефіцієнт виконання експортних (імпортних) зобов'язань; тривалість обороту експортних (імпортних) операцій; □ коефіцієнт віддачі коштів від експортних (імпортних) операцій. Оцінку структурних елементів зовнішньоекономічної діяльності, як правило, здійснюють в розрізі товарної структури експорту (імпорту), географічної структури експорту (імпорту) та структури накладних витрат. Розглядаючи структуру показників оцінки ефективності експортно-імпортних операцій варто зупинитись на запропонованих авторами Вакульчик О.М. та Дубицьким Д.П. наступних показниках: валютна ефективність експорту (імпорту) / рентабельність експорту (імпорту) / економічний ефект експорту (імпорту), інтегральний економічний ефект тощо [5, с. 75].

Цілком обґрунтовано можна зазначити, що наведені методичні підходи можуть найбільш ефективно застосовуватись для тих підприємств, які

займаються виключно зовнішньоекономічною діяльністю. Оцінка ж ефективності управління експортно-імпортних операцій підприємств, які займаються реалізацією продукції, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках потребує розширення напрямів оцінки, адже визначити саме ефективність управління експортно-імпортних операцій у загальному підсумку складно. Розглядаючи дане питання слушною є думка Книшек О.О. щодо включення показників оцінки фінансово-економічного стану підприємства, а також виокремлення додаткових витрат на здійснення зовнішньоекономічної діяльності [6, с. 93-94]. Визначення додаткових витрат на здійснення зовнішньоекономічної діяльності та їх структуризація дасть змогу більш ефективно визначити ризики щодо її запровадження. В першу чергу це витрати на тару, пакувальні матеріали та витрати на транспортування продукції. По-друге це витрати на митні платежі та збори, а також додаткові адміністративні витрати на здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Підсумовуючи, варто зазначити, що наявність масиву різноаспектних показників в структурі методичних підходів щодо оцінки ефективності управління експортно-імпортних операцій потребує запровадження комбінованих підходів з використанням різних інструментів, а саме: економетричного моделювання, проектного аналізу та системи підтримки прийняття рішень тощо. Враховуючи сучасні можливості оцінки економічних явищ, доцільно перед початком планування напрямів експортно-імпортової діяльності підприємства запровадити проведення попереднього аналізу сприйнятливості підприємства до здійснення таких операцій, який повинен включати певні структурні елементи.

У складі оцінки сприйнятливості внутрішнього середовища щодо ведення експортно-імпортних операцій ключовими аспектами є: визначення рівня забезпеченості ресурсами (матеріально-технічними, трудовими, фінансовими тощо), встановлення раціонального співвідношення власних та запозичених фінансових ресурсів, обґрунтування рівня частки імпорту в структурі ресурсної бази визначеного напрямку виробництва. В частині оцінки сприйнятливості зовнішнього середовища обов'язковою повинна бути оцінка можливостей виходу підприємства на зовнішній ринок в порівняльному аспекті з діючими на ринку конкурентами, щодо якості продукції та ціни. Підсумовуючи, слід зазначити, що сталість зростання ефективності управління експортно-імпортними операціями можливо досягти шляхом постійного моніторингу відповідності цілей ведення експортно-імпортних операцій та отриманих результатів у контрольних точках.

Список використаних джерел

1. Гребельник О. П. Основы зовнішньо-економічної діяльності : підручник / Гребельник О. П. – 3-тє вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 432 с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. пос./ За ред. О. В. Шкурупій. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
3. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. пос./ Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 408 с.
4. Соркин С. Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: понятие, измерение и оценка : моногр. / Соркин С. Л. – Гродно : ГрГУ, 2011. – 130 с.
5. Вакульчик О. М. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. М. Вакульчик, Д. П. Дубицький // Вісник Академії митної служби України : наук. журн. – Д. . Сер. Еко- номіка. – 2012. – № 2. – С. 75–82.
6. Книшек О. О. Аналіз абсолютної та відносної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О. О. Книшек // Економічний вісник Національного гірничого університету. - 2016. - № 3. - С. 91-100.

Хмельницкая Е.В.

к.т.н., доцент кафедры товароведения,

биотехнологии, экспертизы и таможенного дела

ВНЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»

г. Полтава, Украина

БИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕДИСА - ОСНОВА ЕГО ХРАНЕНИЯ

Редис (*Raphanus sativus* L., сем. крестоцветных – *Crucifae* является одной из разновидностей редьки. Он объединяет сорта двух географических групп – европейской и китайской. Растение однолетнее, корнеплодное. Корнеплод разной формы – от округлой к длинной конической и веретенообразной. Расцветка корнеплода разнообразна: белая, фиолетовая, красная с разными оттенками, розово-красная, карминовая или красная с белым кончиком [1]. Центром происхождения *Raphanus sativus* считают берега Средиземного моря и Восточную Азию.

Редис – растение длинного дня, требовательный к влаге и плодородным почвам. Качество корнеплодов резко ухудшается при засушливых погодных условиях и высокой температуре. Они становятся деревянистыми, горькими, теряют сочность и рано образуют стрелку. При достаточной влажности почвы и умеренных температурах (18-20⁰С) в условиях длинного дня и достаточного освещения получают сочные корнеплоды с высоким содержанием питательных и биологически активных веществ. Поэтому редис лучше всего формирует свои хозяйственно-товароведческие свойства в прохладный, влажный период ранней весной и во второй половине лета [2].

Ценность редиса заключается в его низкокалорийности, пищевой ценности и скороспелости: техническая спелость корнеплодов ранних сортов наступает через 20-30 дней от появления ростков и через 40-45 дней в позднеспелых сортах. Длительность вегетации зависит от условий выращивания и в первую очередь, от температуры почвы, при всех других оптимальных условиях. При температуре почвы 25⁰С в редисе ранних сортов техническая спелость наступает на 20-й день после появления ростков, а когда температура почвы не превышает 15-18⁰С- через 30-35 дней [1].

Собранный редис, при температуре 10-20⁰С быстро вянет, то есть теряет товарное качество и не выдерживает длительного хранения [2].

Из вышеизложенного становится понятным, что при весенних посевах последний сбор редиса происходит в конце мая. В летние месяцы (июнь – июль) корнеплоды получают низкого качества. При посеве в августе редис собирают в сентябре – октябре. Для длительного хранения редис нужно собирать в октябре, но следует помнить, что урожай редиса должен быть собран немедленно, то есть в стадии технической спелости, так как процессы созревания у него проходят быстро и он может за 2-3 дня потерять вкусовые качества. В связи с этим возникает проблема реализации редиса. Большое количество быстро реализовать невозможно, а потому единственный выход – хранить его весной, летом и особенно осенью, чтобы продлить срок потребления как можно дальше.

По пищевой ценности корнеплоды редиса занимают высокое место среди овощных культур. Редис, содержит 4,4-6,4 % сухих веществ, 1,4-2,3 % сахара, 0,62-0,71 % клетчатки и 0,57 – 0,77% золи. Количество аскорбиновой кислоты очень колеблется, в зависимости от года, сорта корнеплодов. Иногда содержащее аскорбиновой кислоты достигает до 35 мг на 100 г. Количество питательных веществ увеличивается по мере роста корнеплодов. Кроме того, в редисе содержится ряд других химических соединений и ферментов, которые способствуют улучшению аппетита, пищеварения, обмена веществ, в организме человека. Для удлинения срока потребления, его высевают в несколько сроков с интервалом в 10-15 дней. Такой прием требует больших земельных площадей и не решает проблемы 100 % реализации урожая в короткие сроки по мере достижения корнеплодами технической спелости. [2].

При выращивании редиса, как осенней культуры, не следует бояться ранних заморозков, которые иногда бывают и в конце сентября. Дело в том, что осенние заморозки в -1-5⁰С для редиса не вредные, растения редиса погибают только при температуре 7-8⁰С ниже нуля [1].

Поэтому осеннее выращивание редиса, урожай которого запланирован для закладки на длительное хранение, можно осуществлять в такие сроки, чтобы собирать в середине октября, учитывая при этом биологические особенности сорта. Этот важный факт следует брать во внимание товароведам при заключенные контрактов и договоров на закупку редиса с тем, чтобы обеспечить почти круглогодичное снабжение населения этим корнеплодом.

Список литературы

1. Барабаш О. Ю. Столовые корнеплоды / О. Ю. Барабаш, М. Ф. Сиротин, М. П. Рубцов. - М.: Урожай, 1987. - 131 с.
2. Колтунов В. А. Прогнозирование сохранения картофеля и овощей в системе логистики: монография / В. А. Колтунов. - М.: КНТЭУ, 2005. - 212 с.

Хромушина Л.А.

к.е.н., доцент кафедри фінансів

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Традиційно, потенціал розглядається як узагальнена, збірна характеристика ресурсів, представлених в певному місці і в певний момент часу. За етимологічним значенням, «потенціал» означає «приховані можливості», які за певних умов їх практичної реалізації можуть трансформуватися у «реальні можливості». Найчастіше ресурсний потенціал розглядається як сукупність усіх ресурсів, які використовуються в суспільному відтворенні на тому чи іншому етапі розвитку продуктивних сил. Варто підкреслити, що ресурсний потенціал – це не просто сукупність ресурсів, це системне та комплексне поняття, адже дані ресурси знаходяться у тісному взаємозв'язку та взаємовпливі.

Ресурсний потенціал аграрних підприємств визначає їх можливості щодо виробництва сільськогосподарської продукції, обумовлює конкурентоспроможність такої продукції, створює умови для зайнятості сільського населення, і, що важливо, впливає на продовольче забезпечення населення країни.

Формування збалансованого ресурсного потенціалу аграрних підприємств має базуватися на інтегральному підході з урахуванням впливу регіональних природно-кліматичних особливостей, природної асиміляції, а також має сприяти самовідновленню агросистем. При цьому реалізація стратегій формування та використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств повинні базуватися на активізації заходів по екологізації виробництва з метою зниження негативного антропогенного і техногенного впливу на агросистеми [1, с. 50].

Ресурсний потенціал аграрних підприємств можна представити у вигляді трьох основних агрегованих груп ресурсів, до складу яких відносяться відповідні компоненти, зокрема:

1) природно-біологічні ресурси (земля, вода, кліматичні та сировинні ресурси, представники флори та фауни конкретної місцевості, екологічний стан агросистем);

2) трудові ресурси, які представляють соціальну складову процесу формування потенціалу аграрних підприємств, а також здійснюють зв'язок природно-біологічних ресурсів із економічною складовою потенціалу;

3) майновий стан, фінансові ресурси (основні та оборотні активи, джерела їх формування) [2, с. 38].

На нашу думку, враховуючі сучасні особливості функціонування аграрних підприємств, більш деталізованою є наступна елементна будова ресурсного потенціалу аграрних підприємств:

1) природно-біологічні ресурси агросистеми, у межах якої функціонує підприємство, а також її кількісно-якісний стан;

2) трудові ресурси, представлені, як правило, місцевим сільським населенням;

3) матеріальні ресурси, представлені основними та оборотними засобами;

4) фінансові ресурси у частині грошових коштів та їх еквівалентів, грошових коштів на рахунках у банках, цінних паперів тощо;

5) інформаційні ресурси, які представлені нормативно-правовим забезпеченням та інформаційними технологіями.

Враховуючи наведену елементну будову ресурсного потенціалу аграрних підприємств, вважаємо за доцільне ресурсний потенціал аграрного підприємства розглядати як комплекс ресурсів, що знаходяться у його розпорядженні та використанні, а також рівень та можливості досягнення мети аграрного підприємництва, а саме – забезпечення продовольчої достатності на рівні окремого регіону та продовольчої безпеки країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Вишнеvsька О. М. Формування збалансованого ресурсного потенціалу аграрного сектору. *Економічний часопис*. 2011. № 3–4. С. 48–56.

2. Жибак М. М., Кузьмович П. М. Напрями удосконалення ресурсного потенціалу АПК в окремих областях Західного регіону. *Агросвіт*. 2009. № 13. С. 38–41.

Хурдей В.Д.

к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

Мацак З.І.

здобувач вищої освіти СВО Магістр спеціальності 051 Економіка

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Не зважаючи на те, що аграрна галузь забезпечує рівень продовольчої безпеки країни, воно й надалі відзначається нестабільністю, не гарантує швидких і значних прибутків. Найбільш значною галуззю аграрного комплексу є продуктивний, тому пошук можливостей підвищення результативності сільськогосподарських підприємств є необхідною умовою їх виживання в умовах ринкової економіки та входження України у світову економічну систему [2]. Пошук резервів підвищення прибутковості сільськогосподарського виробництва на основі підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці, оптимізації виробничих витрат мають першочергове значення для національного господарства України. Система забезпечення скорочення виробничих витрат є інструментом наукового менеджменту. Вона базується на встановлених фактах, що визначаються системою обліку та контролю, і допомагає проводити аналіз, формувати висновки та обґрунтовувати напрями оптимізації. Формування виробничих витрат, як і будь-який економічний процес, підпорядковано дії об'єктивних економічних законів – загальних, фундаментальних та специфічних, що відповідають певному рівню розвитку суспільства та економіки. Проте, економіка та менеджмент стосовно діяльності підприємства, це лише науки, а в процесі його функціонування мають враховуватись особливості людської психології, різні точки зору, емоції, особисте ставлення до певних подій поряд з раціональним мисленням [3].

Собівартість продукції сільського господарства та її структура мають свою специфіку, пов'язану із видами сільськогосподарської продукції, що мають у своєму циклі виробництва різні засоби та предмети праці, різні джерела постачання сировини та матеріалів. Традиційно відрізняється структура собівартості в основних галузях сільського господарства – рослинництві і тваринництві – прямі матеріальні витрати у рослинництві значно менші – 52,7% у структурі на відміну від 79% у тваринництві. Найбільша стаття витрат за питомою вагою у тваринництві – корми, у рослинництві – мінеральні добрива, паливо, оренда паїв (табл. 1).

Таблиця 1

Структура виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) сільського господарства в підприємствах України за 2017 рік¹

Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору», 2019

Види витрат	Продукція сільського господарства		Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
	млн. грн	у % до підсумку	млн. грн	у % до підсумку	млн. грн	у % до підсумку
Витрати – усього	369650,8	100,0	269076,8	100,0	100574,0	100,0
Прямі матеріальні витрати – усього	221405,2	59,9	141904,2	52,7	79501,0	79,0
у тому числі						
насіння та посадковий матеріал	26371,5	7,1	26371,5	9,8	х	х
корми	40973,2	11,1	х	х	40973,2	40,7
з них покупні	16184,8	4,4	х	х	16184,8	16,1
інша продукція	5585,2	1,5	2789,7	1,0	2795,5	2,8
мінеральні добрива	43039,4	11,6	43 039,4	16,0	х	х
пальне і мастильні матеріали	26210,9	7,1	24 500,8	9,1	1710,1	1,7
електроенергія	2914,7	0,8	1409,1	0,5	1505,6	1,5
паливо й енергія	3998,8	1,1	1963,5	0,7	2035,3	2,0
запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту	16410,1	4,4	14 278,6	5,3	2131,5	2,1
Прямі витрати на оплату праці	18483,8	5,0	13246,7	4,9	5237,1	5,2
Інші прямі витрати – усього	71865,3	19,4	66364,9	24,7	5500,4	5,5
у тому числі						
відрахування на соціальні заходи	3993,7	1,1	2 848,0	1,1	1 145,7	1,1
орендна плата за:						
земельні частки (паї)	32670,4	8,8	32670,4	12,1	х	х
майнові паї	422,9	0,1	413,2	0,2	9,7	0,0
амортизація	16889,5	4,6	14046,7	5,2	2842,8	2,8
Загальновиробничі витрати – усього	57896,5	15,7	47561,0	17,7	10335,5	10,3
з них оплата послуг сторонніх організацій	26145,6	7,1	23142,6	8,6	3003,0	3,0

Джерело: розраховано за даними: [1]

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Оплата праці вцілому по галузі сільського господарства складає всього 5 % у 2017 р. і на наш погляд це негативний фактор. Вцілому з 1990 р. до 2000 р. питома вага витрат на оплату праці й відрахувань на соціальні заходи скорочувалась з 33,6% до 9,9%, у 2010 р. – до 9,1%, у 2014 р. – до 7,2%. Така

тенденція є негативною через зменшення розміру оплати праці, що відповідно впливає на зменшення рівня соціального захисту селян. Оплата праці займає значно менше відсотків в загальній структурі собівартості. Звичайно, позитивним тут буде оптимізація витрат за рахунок використання інноваційних та більш інтенсивних технологій вирощування сільськогосподарських культур, впровадження інноваційних технологій в тваринництві, застосування сучасних засобів захисту рослин та тварин, добрив, кормових добавок, мегапрогресивним напрямком є модернізація машинно-тракторного парку, що дозволяє замінювати декілька операцій в одну технологічну, що в підсумку підвищує продуктивність праці та обсяги виробленої валової продукції. Проте, слід констатувати той факт, що оптимізація оплати праці у структурі собівартості відбувається і іншим, вкрай негативним шляхом: працівники суміщають професії без додаткової оплати, отримують «заробітну плату в конвертах», в умовах безробіття погоджуються на мінімальний розмір заробітної плати, не рідко працівників сезонного виробництва масово переводять на договори цивільно-правового характеру. На жаль, сучасних умовах, підприємець економить в першу чергу та трудових ресурсах.

Вибір продукції, що виробляється, також залежить, впершу чергу від матеріалоемності продукції та очікуваних прибутків від її реалізації. Традиційним вже стало те, що сучасний виробник аграрної продукції не хоче займатись тваринництвом, адже це високозатратна галузь і з боку матеріально-технічних ресурсів, і з боку витрат праці. З усіх видів продукції тваринництва стабільні прибутки та рентабельність, що дозволяє вести розширене відтворення забезпечує лише молочне скотарство – 26,9% у 2017 р. Виробництво приросту сільськогосподарських тварин є малорентабельним: велика рогата худоба на м'ясо – 3,4% рентабельності, свині на м'ясо – 3,5%, м'ясо птиці – 7,0% (табл. 2).

Таблиця 2

Рівень рентабельності продукції сільського господарства в усіх підприємствах України у 2017 році, %¹

Найменування продукції	Усі підприємства	У тому числі фермерські господарства
Культури зернові та зернобобові – усього	25,0	27,9
пшениця	26,8	31,0
кукурудза на зерно	23,7	24,1
ячмінь	24,0	25,6
жито	20,2	21,3
овес	21,2	24,3
гречка	32,7	24,6
просо	24,5	30,9
культури зернобобові сушені	22,4	32,7
Боби сої	28,8	30,1
Насіння льону-довгунцю	-10,8	24,9

Насіння ріпаку й кользи	43,6	43,6
Насіння соняшнику	41,3	41,2
Бурак цукровий фабричний	12,4	20,0
Шишки хмелю	17,7	17,8
Картопля	10,0	28,9
Культури овочеві відкритого ґрунту	15,6	19,5
Культури овочеві закритого ґрунту	1,7	12,9
Виноград	51,6	51,3
Культури плодові	27,3	40,8
Культури ягідні	85,9	7,1
Велика рогата худоба на м'ясо	3,4	-2,1
Свині на м'ясо	3,5	-6,7
Вівці на м'ясо	-40,0	-15,2
Кози на м'ясо	-14,4	-14,9
Птиця на м'ясо	7,0	3,5
Вовна	-69,8	-47,9
Молоко від сільськогосподарських тварин	26,9	25,9
Яйця птиці свійської	-9,0	14,1
Мед натуральний	-16,4	-5,1

Джерело: розраховано за даними: [1]

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Сучасні методи оптимізації витрат мають бути гнучкими, простими у використанні, надавати в оперативному порядку необхідну для прийняття управлінських рішень інформацію. При цьому оперативність інформації є дуже важливим аспектом, оскільки своєчасний вплив на рівень виробничих витрат і формування собівартості продукції можливий тільки при такій організації обліку, при якій причини змін собівартості, допущення перевитрат і отримання економії розкриваються не тільки шляхом аналізу звітних калькуляцій, але й у процесі господарської діяльності на підставі первинної документації та поточних облікових записів. З урахуванням сучасних напрямів оптимізації витрат підприємства можна виділити заходи, що є доцільними у сучасних умовах господарювання: підвищення техніко-технологічного рівня виробництва, удосконалення організації виробництва і праці; удосконалення галузевої структури підприємства; поліпшення використання виробничих ресурсів; зниження трудомісткості бізнес-процесів; перегляд методів управління персоналу; вивчення та ліквідація причин браку продукції; зниження зарплатомісткості продукції; скорочення адміністративно-управлінських витрат; ліквідація непродуктивних витрат і втрат; чітке дотримання технологічної дисципліни та дисципліни праці; розробка оптимальної стратегії технічного розвитку підприємства; запровадження ефективних систем економічних та соціально-трудових відносин; раціоналізація управлінської та організаційної структури; посилення контролю над витратами; контроль за співвідношенням зростання

продуктивності праці та зарплати; зниження рівня комерційних та управлінських витрат; збільшення рівня операційного важеля; скорочення витрат на оплату праці за рахунок аутсорсингу і фрілансу; робота зі зниження закупівельних цін; управління інвестиціями; застосування ресурсоощадних технологій тощо. Максимальний ефект підприємству нададуть тільки комплексні програми зниження витрат, а не окремі дії.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики. Статистична інформація. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sg/vytr_na%20ver_sg_prod/arch_vytr_na%20ver_sg_prod_u.htm.
2. Дядик Т.В. Економічний розвиток аграрних підприємств Полтавщини. Управління розвитком суб'єктів підприємництва: механізми, реалії, перспективи: [колективна монографія] / За заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпро: Біла К.О., 2018. С. 151-160.
3. Менеджмент виробничих витрат у сільському господарстві. URL: <https://library.if.ua/book/84/5912.html>.

Хурсенко А. О.

магістрант спеціальності «Економіка»

Бричко А.М.

науковий керівник, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ І ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

В останні роки, незважаючи на збільшення обсягів виробництва продукції, спостерігається погіршення фінансового стану товаровиробників, значна соціальна деградація. У ринкових умовах господарювання особливо важливе значення посідає оцінювання фінансово-економічного стану підприємства. Такий аналіз надає можливість зробити висновки щодо забезпеченості підприємства ресурсами, ефективності їх використання. Фінансовий стан підприємства відображає спроможність підприємства фінансувати свою діяльність, здійснювати платежі та фінансувати власну діяльність на розширеній основі свідчить про його задовільний фінансовий стан. Саме тому першочерговою проблемою на сучасному етапі розвитку підприємств є аналіз і моніторинг фінансово-економічного стану підприємства.

Здійснення попередження розвитку негативних кризових явищ на підприємстві є можливим тільки за систематичного забезпечення управлінського персоналу інформацією про поточний рівень фінансової стійкості та здатність підприємства до подальшого розвитку. Така фінансово-аналітична інформація повинна отримуватися за результатами оцінювання фінансово-економічного стану підприємства. За умов переходу економіки

України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності, оздоровлення підприємств та виходу їх з кризового стану.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів [1, с. 93].

Головною метою фінансової діяльності підприємства є отримання прибутків шляхом збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, нарощування власного капіталу й забезпечення стійкого фінансового стану. Для цього необхідно постійно підтримувати платоспроможність і рентабельність підприємства, а також оптимальну структуру активу та пасиву балансу [2, с. 169].

Основними завданнями аналізу фінансово-економічного стану підприємства є: дослідження рентабельності й фінансової стійкості підприємства; дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними обіговими коштами; об'єктивне оцінювання динаміки та стану ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства; оцінювання становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку й кількісне оцінювання його конкурентоспроможності; аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів; визначення ефективності використання фінансових ресурсів [3].

Фінансово-економічний аналіз виступає невід'ємним елементом діяльності підприємства, оскільки дозволяє провести оцінку його функціонування, спрогнозувати подальший розвиток, виявити резерви підвищення виробництва, ефективності діяльності підприємства в цілому, а також є базою для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Вагомою особливістю розвитку фінансово-економічного аналізу в нинішніх умовах є використання в процесі його проведення останніх досягнень світової науки і практики, збагачення методичних арсеналів, широке використання евристичних методів, розширення об'єктів аналізу. Значення фінансово-економічного аналізу зростає у зв'язку з чітким розмежуванням відповідальності за прийняті управлінські рішення, посиленням мотивації вибору найефективніших варіантів управління в умовах конкуренції.

Переважаюча частина підприємств, які зіштовхуються з перешкодами, не беруть до уваги необхідністю здійснення та важливість фінансово-економічного аналізу. Набутий та сформований практичний досвід свідчить

про те, що можливості фінансово-економічного аналізу для вирішення даних проблем повною мірою не реалізуються на багатьох підприємствах. У зв'язку з цим виникає потреба у залученні кваліфікованих економістів, які могли б ефективно здійснювати фінансово-економічний аналіз підприємства і своєчасно розробляти можливі шляхи його виходу з кризових ситуацій.

Основними проблемами здійснення фінансово-економічного аналізу підприємств є: правильне визначення рівня дотримання вимог ліквідності як необхідної умови функціонування підприємств у ринковій економіці, яка через об'єктивність законів свого існування не забезпечує жодному суб'єкту господарювання гарантії від банкрутства; комплексне виявлення факторів, які визначають той або інший результат фінансово-економічної діяльності підприємства; необхідність дослідження взаємозв'язків і причинних зв'язків між управлінськими рішеннями, які приймаються у ході виробничого або іншого підприємницького процесу, і досягнутими результатами; урахування та визначення соціальної спрямованості діяльності підприємств. Цей аспект проблеми, однак, не можна сприймати лише у межах розвитку на підприємстві об'єктів соціальної сфери – спрямування того чи іншого обсягу фінансових ресурсів на будівництво житла, утримання закладів охорони здоров'я, освіти, культури тощо [4, 148].

Для вирішення вищевикладених проблем необхідно:

- забезпечити прийняття ефективних господарських, управлінських рішень;
- підвищити кваліфікаційний рівень працівників на підприємствах;
- удосконалити методику проведення фінансово-економічного аналізу шляхом розробки та уточнення системи показників, яка забезпечить можливість всебічної оцінки становища підприємства на ринку;
- забезпечити комплексне виявлення факторів впливу на результат його діяльності тощо.

Вирішення проблем фінансово-економічного аналізу потребує широкого застосування економіко-математичних і евристичних методів, електронно-обчислювальної техніки та персональних комп'ютерів, що в свою чергу дозволить скоротити розміри інформаційних потоків та знизити ймовірність помилок у вихідній інформації. За допомогою фінансово-економічному аналізу розробляється стратегія розвитку підприємства, обґрунтовується вибір оптимальних варіантів управлінських рішень, здійснюється контроль за їх здійсненням, оцінюються результати діяльності підприємства, виявляються причини недоліків і наявні резерви.

Таким чином, фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств є важливим елементом у системі управління виробництвом, дійовим засобом виявлення резервів, основою розробки науково обґрунтованих планів та управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства / Т.А. Обущак // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – С. 92–98.
2. Ларка М.І. Аналіз фінансового стану підприємства як засіб підвищення ефективності його діяльності / М.І. Ларка, Г.О. Лісовські // Вісник НТУ «ХП». Серія «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Х. : НТУ «ХП». – 2013. – № 22 (995). – С. 168–174.
3. Ткаченко С.О. Фінанси підприємств: [навч. посіб.] / С.О. Ткаченко. – Х. : Вид-во Харк. нац. ун-ту внутр. справ, 2008. – 312 с.
4. Гилка У. Л. Проблеми та специфіка застосування фінансово-економічного аналізу на підприємстві / У. Л. Гилка // Економіка промисловості. – 2009. – № 3. – С. 146-150.

Циб А.С.

здобувач СВО «Бакалавр»

Науковий керівник – Песцова-Світалка О. С., к. е. н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ФУНКЦІЇ ДЕРЖАВИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Зацікавленість українського суспільства у модернізації державних інституцій на основі європейських підходів є досить значною, що, в свою чергу, вимагає удосконалення, а подекуди і розбудови, злагоджених механізмів державного управління. Євроінтеграційні прагнення України ставлять на порядок денний питання про вдосконалення системи виконавчої влади, оскільки саме вона відповідальна за реалізацію різноманітних державних функцій, в тому числі й політики європейської інтеграції.

Глибокий та постійний інтерес до проблем економічної ролі держави демонстрували як класики економічної думки, а саме В.Петті, А.Сміт, К.Маркс, Ф.Енгельс, Дж.М.Кейнс, Р.Харрод, П.Семюелсон та ін., так і сучасні науковці. Значну увагу проблемам економічної ролі держави та функціонування державного сектора приділяють такі українські вчені-економісти, як В.Базилевич, С.Біла, К. Бліщук, А.Гранберг, А.Даниленко, П.Єщенко.

Метою даного дослідження є аналіз економічних функцій держави та особливості їх виконання в умовах інтеграції України до європейського простору.

Існує великий перелік функцій держави, проте є основні, які забезпечують нормальне функціонування і розвиток економіки.

Загалом економічні функції держави можна звести до таких [1, с.49]:

- 1) забезпечення правової бази та суспільної атмосфери, що сприяють ефективному функціонуванню ринкової системи;
- 2) захист конкуренції;
- 3) перерозподіл доходу та національного багатства;

4) корегування розподілу ресурсів для зміни структури національного прибутку;

5) стабілізація економіки, тобто стимулювання економічного розвитку, контроль за рівнем зайнятості та інфляції, що породжується коливанням економічної кон'юнктури;

6) виправлення вад ринкової системи;

7) виправлення, послаблення негативних наслідків ринкових механізмів;

8) виробництво суспільних благ і послуг, яких ринок не виробляє.

Усі функції здійснюються державою як шляхом безпосереднього керівництва та управління економічної та виробничо-господарською діяльністю у рамках окремих організаційних форм (галузей, підгалузей), так і на основі використання прямих і непрямих методів правового впливу на економічні відносини. Механізм цього впливу у процесі реалізацій економічних функцій здійснюється державою через сформовану спеціальну систему соціального регулювання і комунікацій, основним компонентом якої є право. Саме у процесі використання права і через його можливості реалізується функція саморегулювання і самозбереження суспільства як цілісного соціального організму. Право виступає не тільки як специфічна соціальна база, але і як оперативний засіб усіх перетворень у процесі загального переходу економіки країни до ринкових відносин (включаючи приватизацію, демонополізацію, лібералізацію цін і умов зовнішньоекономічної діяльності та ін.)

На думку Васильєва А. С., правовий управлінський вплив держави на економіку країни виражається в двох аспектах: по-перше, у прямому втручанні органів державної виконавчої влади у діяльність господарюючих суб'єктів. Держава бере на себе вчинення стосовно цих суб'єктів юридично-владних оперативно-розпорядчих дій, включаючи здійснення функцій планування, прогнозування, організації господарської діяльності та контролю за ефективністю цієї діяльності; по-друге у непрямому впливі, який передбачає регулювання діяльності господарюючих суб'єктів шляхом встановлення загальних правил, нормативів та стандартів виробничо-господарської діяльності. Тут держава здійснює не прямий імперативно-владний вплив, а лише загальне законодавче регламентування [2, с. 377].

Гбур З. В. виділяє такі ролі суб'єктів державної системи у виконанні основних економічних функцій держави [3, с. 20]:

- Верховна Рада України – формує належну законодавчу базу;
 - Президент України – гарант забезпечення економічних функцій та Конституції України;
 - Кабінет Міністрів України – забезпечення державного суверенітету, економічної самостійності держави;

- Міністерство економічного розвитку і торгівлі України – здійснює державну політику шляхом виконання законів України, відповідних державних програм;
- Національний банк України – відповідно до основних засад грошово-кредитної політики визначає та проводить грошово-кредитну політику в Україні;
- місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування – здійснюють виконання державних програм.

Європейський напрям зовнішньої політики України – один із шляхів модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності українського виробництва, можливості виходу на внутрішній ринок ЄС.

Співпраця з ЄС сприятиме наближенню соціальних умов України до високих європейських стандартів, підвищенню рівня життя та статку населення. Європейська інтеграція є головним та незмінним пріоритетом розвитку України, що закріплений у Законі України “Про основи національної безпеки України” (2003 р.) та в Законі України “Про засади внутрішньої та зовнішньої політики” (2010 р.).

Але існують чинники, які залежать від внутрішньої і зовнішньої політики України, можливості та готовності впроваджувати реформи, виконувати свої міжнародні зобов’язання у контексті євроінтеграційних прагнень нашої держави. Політична система сучасної України характеризується низкою негативних явищ, а саме: концентрацією значної частини влади в руках партій, перетворення більшості з них на “закриті акціонерні товариства” партійних лідерів та олігархів, обмеженість інструментів впливу виборців на владу. Актуальною проблемою серед політичної групи суперечностей є невиконання представниками державної влади закону. Діяльність представників української влади, державних чиновників поза рамками закону є поширеним явищем.

Проблеми зі становленням демократії, забезпеченням прав людини і верховенства права істотно гальмують процес європейської інтеграції. Навіть поверхові проблеми з реалізацією європейських політичних цінностей можуть зупинити або істотно загальмувати євроінтеграційні процеси.

Сучасний етап державотворення в Україні супроводжується конфліктами між виконавчими і законодавчими функціональними суб’єктами влади, партіями, окремими політичними лідерами, парламентськими фракціями, Секретаріатом Президента й апарату Кабінету Міністрів, між центральною і місцевою владою, державними адміністраціями і місцевими радами тощо. Спостерігається намагання утвердити зверхність однієї гілки влади над іншою.

Однією з головних заporук успішного досягнення цілей, визнаних у Програмі інтеграції України до Європейського Союзу, є ефективна, чітко

скоординована та неодмінно узгоджена діяльність органів двостороннього співробітництва України та ЄС. На сьогодні існує чимало проблем у координації та організації діяльності української частини зазначених органів, а також результативності їхньої діяльності [4].

Отже, в цілому економічні функції держави потрібні задля стабілізації економіки, а саме підтримка позитивних рис ринку, виробництво суспільних благ та послуг, перерозподіл доходу з метою забезпечення соціальної справедливості, регулювання зовнішньоекономічних відносин, захист конкуренції і т.д. Європейська інтеграція є головним та незмінним пріоритетом розвитку України, проте наявні такі чинники, які перешкоджають нашій інтеграції в європейський простір, а саме: конфлікти між виконавчими та законодавчими суб'єктами влади, намагання утвердити зверхність однієї гілки влади, проблеми з забезпеченням права людини і верховенства права, концентрація великої кількості влади в руках партій, обмеженість інструментів впливу виборців на владу.

Список використаних джерел

1. Державна політика: аналіз та механізми впровадження: конспект лекцій. Модуль I і II / Укладачі В.П. Садковий, С.М. Домбровська. – Х. : НУЦЗУ, 2016. – 49 с.
2. Васільєв А. С. Організаційно-правові заходи реалізації економічних функцій держави в умовах розвитку ринкових відносин / Васільєв А. С. // Університетські наукові записки. – 2012. – № 1. – С. 376-383.
3. Гбур З. В. Основні функції держави у сфері забезпечення економічної безпеки / Гбур З. В. // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. – № 2. – С. 16 – 24.
4. Дацків І. Актуальні питання протиріч інтеграції України до Європейського союзу: історичний аспект / І. Дацків, О. Ляшенко // Україна – Європа – Світ. Міжнародний збірник наукових праць. Серія: Історія, міжнародні відносини. – 2016. – Вип. 17. – С. 58 – 65.

*Черкас Віра Володимирівна
доцент кафедри
управління та адміністрування,
Полтавський інститут економіки і права*

САНАЦІЯ, ЯК ГОЛОВНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА

Вступ. В умовах дії ринкових відносин суб'єкти господарювання мають постійно адаптуватися до змін попиту: розширювати асортимент, поліпшувати якість, знижувати собівартість та ціни, оптимізувати структуру витрат.

Істотним є те, що серед підприємств, справи про банкрутство яких перебувають на розгляді, значний відсоток становлять такі, що тимчасово потрапили в скрутне становище. Вартість їхніх активів набагато вища за кредиторську заборгованість. За умови проведення санації (оздоровлення) чи реструктуризації ці підприємства можуть розрахуватися з боргами і продовжити діяльність.

Результати дослідження. Термін «санація» походить від латинського «sanare» і перекладається як оздоровлення або видужання. Щодо визначення сутності санації, то слід зауважити, що в літературі немає єдиного визначення. Одним з таких підходів є законодавче визначення сутності санації. Згідно з законом України «Про банкрутство» від 1992р., під санацією розуміється задоволення вимог кредиторів і виконання відповідних зобов'язань перед бюджетами та іншими державними цільовими фондами, у тому числі кредитором, що добровільно бере на себе задоволення зазначених вимог та виконання відповідних зобов'язань. Але на нашу думку, таке тлумачення є занадто вузьким, оскільки в такому визначенні санація розглядається лише як засіб для виконання зобов'язань боржника. У 1999р. даний закон вийшов у новій редакції під назвою «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». У ньому ширше розкривається сутність санації. Так, зокрема, у новій редакції закону зазначено, що санація – це система заходів, що здійснюються під час провадження у справі про банкрутство з метою запобігання визнанню боржника банкрутом та його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища боржника, а також задоволення в повному обсязі або частково вимог кредиторів шляхом кредитування, реєстрації підприємства, боргів та капіталу і зміну організаційно правової та виробничої структури боржника [1]. Проте, дане законодавством тлумачення на нашу думку, є не зовсім точним, так як за законом санація застосовується лише у разі порушення справи про банкрутство. Але до цього суб'єкти господарювання можуть вдаватися і з метою профілактики настання власної неспроможності.

Провівши дослідження тлумачень сутності санації, що подані у різних джерелах, ми вважаємо, що, серед усіх, останній дійсно є найповнішим але не вичерпним. Адже за нашим переконанням всі дії в управлінні мають бути направлені на максимізацію цінності фірми. Враховуючи це, вважаємо, що тлумачення зарубіжних економістів необхідно дещо доповнити. Тому пропонуємо власне синтезоване визначення, яке має наступний вигляд. Санація це комплексне застосування фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів з метою насамперед відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості, а в довгостроковому періоді і

конкурентної спроможності, ділової активності і, як наслідок, підвищення ринкової цінності господарюючого суб'єкта.

Щодо механізмів за допомогою досягаються цілі санації, то можна виділити наступне: усунення платоспроможності, відновлення фінансової стійкості з метою прискорення економічного зростання.

Визначивши сутність санації зазначимо також, що помилка при виборі напрямків та форм санації може призвести до банкрутства або до необґрунтованої втрати фінансової самостійності. Наприклад, підприємство переоцінивши власні можливості для проведення санації, може відмовитися від зовнішньої підтримки і втративши необхідний час, підприємство зазнає поразки. Та навпаки, реально не потребуючи отримання допомоги ззовні, підприємство, залучаючи кошти інвесторів чи кредити банків, може втратити фінансову незалежність і навіть погіршити свій фінансовий стан. Саме тому ґрунтовні значення характеристик основних напрямків та форм санації є однією з найважливіших заповуток ефективного проведення санаційних процедур. Проте, варто зауважити, що як і у випадку із визначенням сутності фінансового оздоровлення, так і стосовно напрямків і форм санації у літературних джерелах немає єдиної спільної думки. Ще одним істотним недоліком вітчизняного теоретичного апарату санаційного процесу являється відсутність у більшості авторів чіткого розмежування понять «напрямок» та «форма». Здебільшого у літературних джерелах вказуються лише напрямки санації без зазначення форм.

Виходячи з вищевказаного, логічно на наш погляд класифікацію напрямків та форм санації, яка враховує економічну сутність оздоровчих процесів, наведено у Є.М. Короткова. Згідно з його поглядами, санація в залежності від глибини кризи може бути спрямована на реорганізацію підприємства або на рефінансування боргів підприємства [2].

Перший напрямок застосовується у випадку виникнення глибокої фінансової кризи і оздоровчі засоби передбачають зміну організаційно-правової форми власності. Такий напрямок санації може мати наступні форми: злиття, поглинання, розукрупнення, перетворення, поєднання підприємства в акціонерне підприємство, передача підприємства в оренду, приватизація підприємства.

Другий напрямок санації застосовується на підприємствах де виникає, легка фінансова, чи є її ознаки. Такий напрямок оздоровлення підприємства не супроводжується зміною статусу юридичної особи санує мого підприємства. Такий напрямок санації може мати наступні форми: погашення боргу підприємства за рахунок коштів бюджету, санаційні заходи за рахунок коштів кредиторів.

Провівши дослідження сутності фінансової санації, її основних напрямків та форм, можна зробити висновок, що у широкому розумінні санація підприємства являє сукупність усіх можливих заходів, які здатні привести підприємство до фінансового оздоровлення. Приведення ж підприємства до оздоровлення здійснюється одним з двох напрямків: рефінансування боргів або реорганізацію підприємства. Таким чином ми навели основні передумови для проведення

санації. Звичайно цей список можна продовжити залежно від специфіки діяльності підприємства. Але наявність наведених основних складових санаційної спроможності, тобто наявність у підприємства, що перебуває у кризі фінансових, правових та інших можливостей для проведення фінансового оздоровлення, є необхідним для досягнення позитивних результатів. Для виявлення таких спроможностей проводиться так званий санаційний аудит, на основі даних якого розробляються висновки щодо доцільності або доцільності санації підприємства.

З вищенаведеного дослідження сутності санації підприємств та основних передумов проведення санаційних заходів, можемо зазначити наступне. Якщо на кризовому підприємстві виявлено потенціал до вживання і для реалізації оздоровчого процесу не вистачає власних ресурсів, то перш ніж здійснювати заходи щодо залучення фінансових ресурсів, необхідний для санації, слід завчасно визначити необхідний їх обсяг. Адже відсутність інформації щодо потрібного обсягу фінансових ресурсів може призвести до виникнення невинуватених фінансових втрат [3].

Слід зазначити, що даній проблематиці у літературних джерелах приділяється недостатньо уваги, незважаючи на необхідність методичних розробок задля підвищення ефективності проведення санаційних заходів.

Слід відзначити, що формування фінансового капіталу для проведення санаційних заходів забезпечується потребою у інвестиційному та оборотному капіталі [4].

Потреба в оборотних коштах визначається задля забезпечення безперервності процесу виробництва та реалізації продукції, адже оборотні кошти фінансують витрати, що пов'язані з оплатою праці персоналу та придбанням предметів праці. Такі витрати повністю вкладаються в ціну продукції і повертаються на підприємство через короткий проміжок часу. Відповідно, у разі виникнення дефіциту оборотних коштів можливі перебої у виробництві, постачанні, у процесах збуту. Тобто потреба в оборотному капіталі формується з потреби у фінансуванні виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, товарів, дебіторської заборгованості, грошових коштів, витрат майбутніх періодів.

Висновки. Отже, виведення одних підприємств з фінансової кризи та ефективного застосування ліквідаційних процедур до інших удосконалюється дефіцитом теоретико-методичного забезпечення процесів санації та відсутністю кваліфікованих фахівців у сфері керування санацією. Тому, перш ніж проводити фінансове оздоровлення, важливо зрозуміти сутність санації підприємств, а також відповісти на питання: чи варто проводити таке оздоровлення підприємства, чи є у нього перспектива? Далі прийнявши рішення щодо проведення санації, необхідно визначити основні причини, що призвели до кризових явищ на підприємстві. Також проводячи санацію підприємства є питання планування фінансового оздоровлення та фінансового забезпечення оздоровчих заходів, особливо коли підприємству не вистачає власних фінансових ресурсів для проведення санації. Тому з метою точного визначення потреби для проведення

санації, визначається необхідний обсяг оборотного та інвестиційного капіталу. Слід зазначити, що від точного та об'єктивного застосування зазначених заходів залежить ефективність проведення оздоровчих заходів.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 № 2343-ХІІ (зі змінами та доповненнями)
2. Коротков Е. М.. Антикризове управління. – К.: МАУП – 2011, 263 с.
3. Колісник М.К., Ільчук Л.Г., Віблій П.І. Фінансова санація та антикризове управління підприємством: Навч посібник / К.:Кондор, 2013. – 272 с.
4. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч посібник / К.: КНЕУ 2000.- 412 с.

Черненко К.В.

*к.е.н., ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ЕЛЕКТРОННА ФОРМА ОБЛІКУ

Електронна форма обліку (ЕФО) – це форма обліку, що передбачає створення електронних первинних документів, надання їм юридичної сили за допомогою електронного підпису, реєстрація і обробка отриманих даних за програмними алгоритмами, що створені у відповідності з вимогами законодавчих і нормативних документів, формування електронної звітності, скріплення її електронними підписами і передача їх до відповідних користувачів, засобами телекомунікаційного зв'язку.

Основою електронної форми обліку є електронний первинний документ (ЕД), який має юридичну силу, що отримана за допомогою електронного підпису і не потребує дублювання в паперовому вигляді. Ці електронні первинні документи можуть передаватися за допомогою електронних засобів зв'язку і в разі необхідності створюється будь-яка кількість копій електронного первинного документу, кожен з яких буде мати повну юридичну силу. Електронні первинні документи узагальнюються і систематизуються на технічних носіях інформації, утворюють електронні бази даних, які об'єднані між собою в єдину інтегровану базу даних фактів фінансово-господарської діяльності підприємства [1].

Програмні продукти, що є на ринку України, забезпечують достовірний та оперативний облік на всіх рівнях підприємства. Ринок України насичений такими програмними продуктами: «1С: Бухгалтерія для України», «Парус», «BEST», «Галактика», «Акцент», «MASTER» - на сьогодні розробники програмних продуктів пропонують комплексні рішення для підприємств малого та середнього бізнесу і для бюджетних установ.

Можливості бухгалтерських програм можуть слугувати критерієм для якісних оцінок і вибору для застосування підприємствами. До цих критеріїв

потрібно віднести можливість програмного забезпечення – інформаційної бази:

- ✓ вести синтетичний і аналітичний облік активів, капіталу, зобов'язань із елементами управлінського обліку;
- ✓ формувати фінансову, податкову, статистичну звітність;
- ✓ надавати іншу довідкову інформацію для потреб ведення господарської діяльності;
- ✓ на базі цих можливостей проводити автоматизований аналіз-прогноз і контроль за діяльністю підприємства [2].

Застосування ІТ технологій в обліку аграрних підприємств дасть змогу зменшити затрати на обробку даних, розраховувати точні дані, надавати оперативну і неупереджену інформацію для менеджерів та здійснювати управлінський контроль за виробничими процесами.

В умовах реформування бухгалтерського обліку в Україні, робота бухгалтерів різних рівнів занадто ускладнилась. Це вплинуло на процес розвитку великої кількості програм для ведення обліку. Впровадження новітніх програмних продуктів на підприємствах підвищують ефективність роботи бухгалтерів та дозволяє опрацювати дані різноманітних напрямів.

Список використаних джерел

1. Томчук В.В. Облік грошових потоків при застосуванні електронних форм обліку. *Збірник наукових праць ВНАУ*. Серія: Економічні науки № 3 (69), Том 2, 2012 – С. 190 – 197.
2. Черненко К.В. Аналіз ІТ – інфраструктури бухгалтерських програмних продуктів України. Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування : *[колективна монографія]* / за заг. ред. В.Я. Плаксієнка. – Полтава: 2018. – URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1355>

*Черненко К. В.,
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
Любліна Е. А., Сергієнко С. В.,
ЗВО «Магістр» за ОПП Облік і оподаткування*

*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З КРЕДИТНИМИ КОШТАМИ ВІД НЕРЕЗИДЕНТА

Одним із альтернативних варіантів покращення платоспроможності підприємства є залучення кредитних коштів від нерезидентів. Вирішення проблем бухгалтерського обліку кредитів потребує безперервного процесу пізнання облікової методології, уточнення змісту методів облікового відображення відповідних операцій. На думку Н. А. Канцедал, це є важливим науковим і практичним завданням в частині усунення й мінімізації ризиків викривлення управлінської інформації [1].

Основна сума заборгованості перед нерезидентом при одержанні кредиту відображається за кредитом рахунків 502 «Довгострокові кредити банків в іноземній валюті» 1/602 «Короткострокові кредити банків в іноземній валюті» (якщо кредит отримано від банків), 506 «Інші довгострокові позики в іноземній валюті», 1/685 «Розрахунки з іншими кредиторами» (якщо кредит отримано від іншої особи, ніж банк), а за дебетом рахунка 31 відображаються суми одержаних довгострокових позик (кредитів), а також переведення короткострокових (відстрочених) позик (кредитів) до складу довгострокових.

Частина довгострокової заборгованості, яка підлягає погашенню протягом 12-ти місяців з дати балансу, відображається у складі поточної заборгованості на субрахунку 612 «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями в іноземній валюті» (п. 11 П(С)БО 11). Витрати на проценти за користування кредитом необхідно відображувати у звітному періоді їх нарахування. Так, згідно з П(С)БО 31 витрати на проценти та інші витрати підприємства, пов'язані із запозиченнями, включаються до собівартості кваліфікаційного активу [2].

Нараховані на користь нерезидента проценти відображаються у складі витрат звітного періоду на субрахунку 952 «Інші фінансові витрати» (за умови отримання кредиту або процентної позики від іншої, ніж банк, особи). Субрахунок 951 «Відсотки за кредит» використовується, якщо кредитор – банк.

Поточна заборгованість перед нерезидентом за нарахованими процентами відображається за К-т 684 «Розрахунки за нарахованими відсотками». На відміну від поточної заборгованості, для довгострокових зобов'язань за процентами спеціального рахунку не встановлено, тож таку заборгованість можна відображати за К-т 55 «Інші довгострокові зобов'язання».

Курсові різниці відображують як за сумою кредиту, що обліковується в кредиті субрахунків 502 або 602 (якщо кредит отримано від банків) чи у кредиті субрахунків 506 або 685 (якщо кредит отримано від іншої особи, ніж банк), так і на суму процентів, що обліковуються за кредитом рахунка 55

(якщо кредит довгостроковий) чи кредит 684 (якщо кредит короткостроковий) [2].

Розглянемо особливості оподаткування операцій з кредитними коштами нерезидента.

1. Податок на прибуток. Отримання позики не призводить до збільшення власного капіталу, але збільшує зобов'язання, тому операції з отримання позики не впливають на фінансовий результат підприємства.

2. Оподаткування відсотків. Якщо отримувач кредитних коштів визначає різниці, передбачені р. III ПКУ, то слід керуватися ст. 140 ПКУ [3]. Зокрема, для платника податку, у якого сума боргових зобов'язань, що виникли за операціями з пов'язаними особами – нерезидентами, перевищує суму власного капіталу більш ніж у 3,5 разу, фінансовий результат до оподаткування збільшується (на суму, що розраховується за показниками Звіту про фінансові результати).

3. Трансфертне ціноутворення. Згідно з пп. 39.2.1.1 ПКУ, контрольованими операціями є господарські операції платника податку на прибуток, що можуть впливати на об'єкт оподаткування [3]. Об'єктом оподаткування згідно п. 134.1 ПКУ є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності підприємства, на різниці, що виникають відповідно до положень ПКУ. Оскільки отримання основної суми кредиту не впливає на фінансовий результат підприємства, то при визначенні операції із нерезидентом контрольованою за дотримання вартісних критеріїв ураховуються лише відсотки за кредитом.

4. Податок на репатріацію. Якщо резидент виплачує дохід нерезиденту – юридичній особі, то слід керуватися нормами п. 141.4 ПКУ [3].

5. Оподаткування процентних доходів нерезидентів. Резидент, який виплачує дохід нерезиденту у вигляді процентів, має утримати податок за ставкою 15% із такого доходу та за рахунок цього ж доходу, який сплачується до бюджету під час виплати, якщо інше не передбачено положеннями Конвенцій про уникнення подвійного оподаткування з країнами резиденції осіб, на користь яких здійснюються виплати, що набрали чинності (пп. 141.4.2 ПКУ) [3].

6. Податок на додану вартість. Операція з надання грошової позики юридичною особою (позикодавцем) або отримання позики від нерезидента не підпадає під визначення операцій з постачання товарів/послуг згідно пп. 14.1.191 та пп. 14.1.185 ПКУ, тому ПДВ за такою операцією не нараховується.

7. Єдиний податок. Згідно з пп. 3 п. 292.11 ПКУ для платників ЄП 3-ї групи суми фінансової допомоги, наданої на поворотній основі, отриманої та поверненої протягом 12 календарних місяців з дня її отримання, та суми кредитів не є об'єктом оподаткування єдиного податку.

Список використаних джерел

1. Канцедаль Н. А. Адитивний і процедурний підходи як способи пізнання у методології наукових досліджень обліку. *Облік і фінанси*. 2016. №1 (71). – С. 27-31. URL: <http://www.afj.org.ua/ua/article/346/> (дата звернення: 11.03.2019).
2. Калашян К. Кредит/позика від нерезидента. *«Дебет-Кредит»*. 2017. – № 23. URL: <https://online.dtkk.ua/Book/%C2%AB%D0%94%D0%9A%C2%BB%20%E2%84%9623-2017.epub/navPoint-7> (дата звернення: 11.03.2019).
3. Податковий кодекс України: Кодекс України № 2755-VI від 2.12.2010 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 11.03.2019).

Чернявський М.В.

аспірант

Дніпровський державний технічний університет

м. Кам'янське, Україна

РОЛЬ ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВОЇ СТРАТЕГІЇ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Ідея формування нової парадигми менеджменту XXI століття потребує змін в організаційних системах підприємницьких структур. На зміну ієрархії, твердим правилам і графікам приходить робота в командах, безпосередні взаємодії, безупинне навчання й удосконалювання, пошук прийнятного гармонійного стану особистості в процесі безупинних змін, а також визнання центральної ролі людини [1]. Проблемною областю організаційного розвитку стає розвиток людини-особистості, а особливо особистості керівника-менеджера, його лідерського і культурно-емоційного потенціалу. Усе більше починає цінуватися менеджер, що вміє мобілізувати та спрямовувати всю людську енергію організації на досягнення сформованих цілей [2, с.268]. І вже від того, які цілі, орієнтири і пріоритети ставить перед собою менеджер, багато в чому залежить вибір способу вирішення поставлених організаційних завдань, стиль його поведінки, система власної самоорганізації, вміння згуртовувати колектив і бути лідером, якість і ефективність вирішення проблем організаційного розвитку.

Будучи ключовою ланкою вирішення проблем, пов'язаних з «організаційними патологіями» (некерованість, конфлікт, ігнорування організаційного порядку, демотивація тощо), провідником і каталізатором організаційних змін, керівник повинен бути психологічно готовим до особистісного розвитку, який традиційно зв'язують з поняттям «життєва стратегія особистості», а саме з системою ціннісних орієнтацій,

спрямованістю життєвої активності, та оцінкою власних можливостей у вирішенні задач, тобто рівнем домагань.

Сутність життєвої стратегії особистості полягає в розробці життєвих рішень як конструктивних способів подолання протиріч. Вона являє собою зданість до саморегуляції і самоконтролю, ініціативність та вміння брати на себе відповідальність за усі свої життєві прояви, уміння ефективно працювати [3].

При цьому найважливішою особливістю професійної компетенції менеджера є уміння поєднувати індивідуальні ціннісні орієнтації з організаційними цінностями. Ціннісні орієнтації особистості забезпечують стрижень, загальну лінію, деяку вісь, що врівноважує вчинки, поведження, організаційно-управлінську діяльність, що відхиляються в ту чи іншу сторону від загального стрижня, лінії спрямованості розвитку підприємницьких структур. У зв'язку з цим велике значення для успішного організаційного розвитку підприємницьких структур у цілому, і професіоналізації суб'єкта управлінської діяльності, зокрема, має стати життєва стратегія його особистості.

Нині, коли підприємництво зосереджено на отриманні надприбутків, увага сконцентована на заробітку грошей, а не на самореалізації (власній і персоналу), духовності, творчості, організаційній культурі, набуває значної ваги гнучке використання принципів і методів психології та культурології як методологічних засад управління організаційним розвитком.

Об'єктивна потреба в дослідженні життєвої стратегії особистості менеджера як чинника підвищення ефективності управління організаційним розвитком підприємницьких структур обумовлена наступними причинами:

- по-перше, ефективність організаційної діяльності менеджера у значній мірі визначається ефективністю особистісного розвитку;
- по-друге, ключова роль організаційної діяльності в умовах зростання кількості і поширеності «організаційних патологій» вказує на необхідність багатоаспектного вивчення ступеню активності життєвої позиції та поведінки суб'єкта управління;
- по-третє, це дозволяє ефективно використовувати людський потенціал, застосувати сучасні техніки формулювання мети і навчання, мотивації персоналу, що у подальшому буде відбиватися на кінцевих результатах роботи підприємницьких структур і підвищенні ефективності управління організаційним розвитком;
- по-четверте, вивчення життєвої стратегії особистості дозволяє визначити незатребувані раніше резерви та творчі можливості менеджера як ефективного організатора та лідера, які можуть бути задіяні у процесі його професійної діяльності;
- по-п'яте, це надає можливість виявити і успішно подолати протиріччя суб'єктивного характеру, які мають місце у процесі опору організаційним змінам у відповідності до програм організаційного розвитку.

Вивчення зв'язку життєвої стратегії особистості з професійною діяльністю менеджера, його стратегії мислення і мотивації, впливу активності життєвої позиції та поведінки на ефективність праці суб'єкта управління дозволяє реально впливати на адміністративну і організаційну політику підприємницьких структур, прогнозувати плюси і мінуси організаційного розвитку, а також сприяти ефективному використанню людського потенціалу та підвищенню його професіоналізму.

Список використаних джерел

1. Ситник Й. М. Засади формування парадигми менеджменту світогляду й особистісно-власницького зростання / Й. М. Ситник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. - № 778.- С. 196 - 206.
2. Управління змінами: навч. посібник / О.Є. Кузьмін, В.В. Яцура, І.І. Грибик, А.М. Грищук, Н.В. Смолінська, М.Б. Гункевич, М.В. Замроз. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2014 – 358 с.
3. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни / К. А. Абульханова-Славская. — М.: Мысль, 1991. — 299 с.

Чижик Т.В.

асистент

*Полтавський університет економіки й торгівлі
м. Полтава, Україна*

МЕТОДИ ОЦІНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «АГРОФІРМА МИКОЛАЇВКА»

Обсяги виробництва і реалізації продукції є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції. Але в міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати. Об'єктом дослідження були показники діяльності агрофірми Прилуцького району Чернігівської області.

Виробнича собівартість виробленої продукції агрофірми у 2018 р. становила 12 684,3 тис. грн. Порівняно з 2016 р. спостерігається її збільшення на 1 025,6 тис. грн. або на 8,8 %, а порівняно з 2017 р. зміни були незначними. У виробничій собі-вартості продукція рослинництва займає до 60 %.

Основним фактором формування обсягу виробництва продукції рослинництва при незмінних посівних площах є урожайність.

У 2018 р. урожайність агрофірми по зернових та зернобо-бових культурах склала 45,7 ц/га, що на 10,7 ц/га нижче середнього показника по Чернігівській області та на 2 ц/га вище показника по Україні. Протягом аналізованого періоду середня урожайність зернових та зернобобових культур

агрофірми поступово зростала за рахунок підвищення показників по озимій пшениці, кукурудзі та ячменю, вирощування яких є ефективним. Серед технічних культур варто виділити цукровий буряк, урожайність якого у 2018 р. становила 560,9 ц/га. Порівняно із середнім значенням по Чернігівській області показник агро-фірми вищий на 52,4 %, із середнім значенням по Україні – на 17,6 %. В динаміці за останні 2 роки зростання урожайності цукрового буряка агрофірми перевищує 40 %. Підприємство застосовує ефективні технології вирощування та збирання уро-жаю буряків, елітні сорти насіння. Урожайність насіння соняшнику по агрофірмі у 2018 р. – 19,8 ц/га, що на 12,4 % нижче середнього показника по області, але на 2,1 % вище, ніж по Україні.

Значний обсяг продукції рослинництва агрофірма використо-вує для власного виробництва у тваринництві. Розрахований за даними форми 50-сг в цілому по підприємству коефіцієнт товар-ності у 2018 р. становив 63,1 %. Найбільш товарними видами продукції є ячмінь, кукурудза, соняшник, соя, ріпак. Всі інші культури мають незначний рівень товарності, а кормові коренеплоди і кормові баштанні та силос вирощують тільки для власних потреб. По деяких культурах коефіцієнт товарності перевищував 100 %, що свідчить про реалізацію підприємством залишків минулорічної продукції. Порівнявши обсяги реалізації із повною собівартістю, було досліджено, що у агрофірми прибутковими є всі види продукції рослинництва, окрім вівса, але обсяги його реалізації незначні, оскільки він використовується для відгодівлі свиней.

У 2018 р. загальна сума прибутку від реалізації продукції рослинництва становив 839,4 тис. грн, що у 2,1 рази більше 2016 р., та в 5,3 разів більше 2017 р. Загальна сума прибутку була сформована за рахунок значних показників по цукровому буряку, кукурудзі та ячменю.

На основі визначених сум прибутку було розраховано рентабельність продукції за видами. Варто зазначити, що технічні культури є більш рентабельними, ніж зернобобові. У 2018 р. найвищі показники рентабельності у цукрових буряків – 24,8 %, сої – 23,3 %, кукурудзи – 21,4 %. Тобто на кожні 100 грн повної собівартості продукції було отримано 24,8, 23,3 та 21,4 грн прибутку відповідно.

Порівняно з 2017 р. спостерігалось значне підвищення рентабельності продукції. Описаний результат діяльності склався внаслідок того, що 2017 рік був урожайним, спостерігалось перевиробництво за майже за всіма культурами, пропозиція перевищувала попит на ринку і, як наслідок, сільськогосподарські виробники реалізували продукцію за дуже не вигідними цінами.

У 2018 р. прибуток на 1 грн реалізованої продукції агрофірми становив 12,9 коп., що на 5 коп. або на 63 % більше 2016 р. і на 9,7 коп. або в 4 рази – 2017 р. Враховуючи відмінність прибутку на 1 грн реалізованої продукції по

видах було проведено факторний аналіз вищезазначеної динаміки середнього показника за допомогою змішаної факторної залежності.

$$R = \frac{\sum r_q}{\sum p_q} = \frac{\sum \Pi}{\sum \text{ЧД}} \quad (1)$$

де R – рентабельність з 1 грн реалізованої продукції;

r – рівень прибутковості з 1 ц;

q – фізичний обсяг реалізованої продукції, ц;

p – ціна 1 ц реалізованої продукції, грн;

Π – прибуток, тис. грн;

ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.

Для проведення факторного аналізу було застосовано методи ланцюгових підстановок та аналітичних індексів. У 2018 р. порівняно з 2017 р. значне підвищення рентабельності 1 грн реалізованої продукції агрофірми обумовлене в основному зростанням рівня прибутковості по всіх співставних видах продукції. Зміни цін на продукцію, фізичного обсягу реалізації, перерозподіл його структури між видами виступили негативними факторами в динаміці рентабельності з 1 грн реалізованої продукції.

Поглиблення аналізу обсягу реалізованої продукції було здійснено вивченням факторів, пов'язаних з чисельністю працівників. Факторна залежність має наступний вигляд:

$$\text{РП} = \text{Ч} \times \frac{\text{Ч}_p}{\text{Ч}} \times \frac{\text{РП}_{\text{порівн.ц}}}{\text{Ч}_p} \times \frac{\text{РП}}{\text{РП}_{\text{порівн.ц}}} \quad (2)$$

де РП – реалізована продукція в діючих цінах, тис. грн;

Ч – середньооблікова кількість штатних працівників, осіб;

Ч_p – середньооблікова кількість штатних робітників, осіб;

РП_{порівн.ц.} – реалізована продукція у порівнянних цінах, тис. грн.

Враховуючи економічний зміст показників мультиплікативна модель має вигляд:

$$\text{РП} = \text{Ч} \times d_p \times W_p \times I_p \quad (3)$$

де d_p – частка робітників, %;

W_p – виробіток робітника, тис. грн.;

I_p – індекс цін, %.

Розрахунок впливу факторів було проведено методом абсолютних різниць та аналітичних індексів. У 2018 р. порівняно з 2017 р. обсяг реалізованої продукції агрофірми збільшився на 4 615 тис. грн або на 39,7 %. Позитивно впливаючими чинниками виступили чисельність працівників, виробіток робітника та індекс цін, тобто всі, крім частки робітників.

Розглянуті показники рентабельності можна використовувати як додаткові при характеристиці рівня доходності роботи підприємства. Основними ж, на нашу думку, мають залишатися історично застосовувані показники норми прибутку і рівня рентабельності.

Таким чином зауважимо, що показники рентабельності в комплексі мають надзвичайно велике значення для оцінки діяльності підприємств агросфери. Використання різних показників прибутку у якості чисельника (прибутку від

реалізації продукції, прибутку до оподаткування, чистого прибутку тощо) коефіцієнта рентабельності дозволяє здійснювати факторний аналіз формування фінансових результатів, і, крім того, – задовольняти різносторонні інтереси всіх зацікавлених осіб (держави, власників, кредиторів).

Список використаних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2017 рік / за ред. О. Г. Осауленка. – Київ : ТОВ «Август Трейд», 2018. – 559 с.
2. Статистичний щорічник Чернігівщини за 2016 рік / за ред. Д. І. Ашихміної. – Чернігів : Головне упр. стат. у Чернігів. обл., 2017. – 452 с.
3. Урожайність основних сільськогосподарських культур (Рослинництво 1995–2018 рр.) [Електронний ресурс]. – Головне управління статистики в Чернігівській області: статистична інформація. – Режим доступу: http://chernigivstat.gov.ua/statdani/S_hos/S6.htm. – Назва з екрана.
4. Урожайність основних сільськогосподарських культур (Рослинництво 1995–2018 рр.) [Електронний ресурс]. – Державна служба статистики України: статистична інформація. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

*Чорна А. В., здобувач СВО Бакалавр, ОПП
Право, спеціальності 081 Право
Науковий керівник – Кальян О.С., к.ю.н., доцент,
професор кафедри підприємництва і права*

ОКРЕМІ ПИТАННЯ КРИМІНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЛОЧИНІВ ПРОТИ ПОРЯДКУ ПРОХОДЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОЇ СЛУЖБИ

Відповідно до статті 17 Конституції України «захист суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього Українського народу. Оборона України, захист її суверенітету, територіальної цілісності і недоторканості покладаються на Збройні Сили України. Забезпечення державної безпеки і захист державного кордону України здійснюють відповідні військові формування та правоохоронні органи держави, організація і порядок діяльності яких визначається законом» [1].

З цього випливає, що на Збройні Сили України та інші військові формування покладаються важливі функції внутрішньої та зовнішньої політики. Від належного виконання військовими формуваннями покладених на них державою й суспільством обов'язків залежить національна безпека нашої країни, її незалежність та здатність самостійно обирати напрямок соціального розвитку і міжнародної співпраці. Незважаючи на важливість даного напряму діяльності, в сучасних умовах, коли Україна знаходиться, по

суті, у стані озброєного конфлікту, це відчутно впливає на стан злочинності в різноманітних сферах життєдіяльності й державності, в тому числі й у Збройних Силах України та інших військових формуваннях, створених відповідно до законодавства. Постає проблема значного збільшення рівня вчинення злочинів проти встановленого порядку несення військової служби (військові злочини). Саме тому посилення діяльності щодо запобігання цьому виду злочинів є вкрай актуальним та необхідним напрямом діяльності всіх суб'єктів, з урахуванням їх тісної взаємодії.

Безсумнівно, військові злочини потребують не лише законодавчого вдосконалення, але і постійного наукового супроводу, який би допомагав законодавцям приймати якісні правові норми, що спрямовані не лише передбачати кримінальну відповідальність за їх вчинення, але й запобігання.

Яскравим прикладом запобігання зростанню рівня злочинності стало посилення кримінально-правової охорони військових злочинів шляхом прийняття в лютому 2015 року Закону України «Про внесення змін до Кримінального Кодексу України щодо посилення відповідальності за окремі військові злочини». Закон розширює межі кримінальної відповідальності за військові злочини. Метою прийняття цього Закону стало сприяння зміцненню дисципліни військовослужбовців, що вкрай актуально у зв'язку з плином подій у сьогоденній Україні [2].

Національне законодавство використовуючи дефініції «особливий період», «воєнний стан» та «бойова обстановка» як своєрідну кваліфікуючу ознаку пеналізації злочинів проти порядку проходження військової служби (військових злочинів), чітко вказує на межі посилення кримінальної відповідальності в результаті істотного підвищення ступеню суспільної небезпеки вчиненого. Так, на прикладі статті 413 КК «Втрата військового майна», в мирний час призначається покарання у виді арешту на строк до шести місяців або триманням у дисциплінарному батальйоні на строк до двох років, або позбавленням волі на той самий строк, під час особливого періоду у виді позбавлення волі на строк до 3 років, у воєнний час – від 2 до 5 років; за статтею 420 КК «Порушення правил несення бойового чергування» в мирний час призначається покарання у виді позбавлення волі на строк від 3 до 8 років, під час особливого періоду – від 5 до 8 років, у воєнний час – від 5 до 10 років [4].

Злочини проти порядку проходження військової служби, зважаючи на спрямованість відповідних суспільно небезпечних діянь, можуть бути вчинені лише з прямим умислом, за якого винна особа усвідомлює суспільно небезпечний характер свого діяння (дії або бездіяльності), передбачає його суспільно небезпечні наслідки і бажає їх настання (ч. 2 ст. 24 КК України)[4]. Крім того, військовослужбовець повинен усвідомлювати ту обставину, що злочин проти порядку проходження військової служби вчиняється ним за наявності однієї з таких обставин, як особливий період, воєнний стан або бойова обстановка [3; 5].

Таким чином, беззаперечною є необхідність поглибленого опрацювання правових, у тому числі й тих, що передбачені кримінальним законодавством, засобів запобігання вчинення злочинів проти порядку проходження військової служби, вона обумовлена суспільною небезпечністю військових злочинів, що об'єктивно пов'язана не тільки з порушенням суспільного порядку, що є характерним для злочинних діянь цивільних осіб, але й з позбавленням військової дисципліни, як одним зі складових бойової готовності армії.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28 черв. 1996 р. №254к/96-ВР // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Про внесення змін до Кримінального кодексу України щодо посилення відповідальності за окремі військові злочини : Закон України / Верховна Рада України // Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/194-19>
3. Сташис В.В. Розіл ХХІ Злочини проти встановленого порядку несення військової служби (військові злочини) / В.В. Сташис, В.Я. Тацій // Кримінальне право : Загальна частина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI-2010/UgolovPravoOsob.pdf
4. Кримінальний кодекс : Закон України / Верховна Рада України // Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
5. Про оборону України : Закон України / Верховна Рада України // Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-12>

Шакалій С. М.

*к. с.- г. н., старший викладач
кафедри рослинництва ПДАА*

Темник В. П.

*здобувач вищої освіти СВО Магістр
спеціальності 201 Агрономія*

ВПЛИВ ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ НА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ЯЧМЕНЮ ЯРОГО

Одним із стратегічних напрямів розвитку сучасного землеробства є його біологізація – використання біологічних засобів для отримання якісної продукції рослинництва і відтворення родючості ґрунту. Поряд з органічними добривами важлива роль належить використанню мікробних препаратів [1]. Мікроорганізми, на основі яких вони створені, не лише фіксують азот з атмосфери або розчиняють фосфати ґрунту, але й продукують рістактиваторні сполуки, амінокислоти та речовини антибіотичної природи, які стримують

розвиток фітопатогенів, безпечні для тварин та людини і не забруднюють навколишнього середовища [2].

Важливим аспектом дії мікробних препаратів є також підвищення стійкості рослин до несприятливих факторів довкілля – нестачі вологи, високих та низьких температур, фітотоксичної дії 50 пестицидів, пошкодження шкідниками та хворобами, що в кінцевому результаті сприяє підвищенню врожайності та покращенню якості продукції [3,4].

Широке використання біологічних факторів в інтенсифікації сільськогосподарського виробництва має не лише екологічний, але й у більшості випадків, економічний пріоритет. При цьому, чим складніші ґрунтово-кліматичні і погодні умови, тим важливіша роль біологізації в технологіях вирощування культур [2].

Найбільшого поширення в останні роки набули препарати на основі азотфіксувальних бактерій, які здатні забезпечувати рослини біологічним азотом, який не забруднює довкілля і не порушує природні екосистеми [3].

Інтродукція в агроценози азотфіксувальних бактерій сприяє активізації діяльності рослинних азотасиміляторних ферментів, наслідком чого є залучення нітратів до синтезу складних органічних речовин; при цьому вміст нітратів у рослинах знижується, натомість амінокислот та білків – зростає.

Передпосівна обробка насіння комплексними біопрепаратами поліпшує азотне живлення рослин завдяки фіксації атмосферного азоту азотфіксуючими мікроорганізмами. За нестачі рухомих сполук фосфору в ґрунті фосформобілізує мікроорганізми забезпечують ними азотфіксуючі організми та сходи сільгоспкультур. Сам комплексний біопрепарат не в змозі повністю забезпечити потреби рослин в елементах живлення, але при його систематичному застосуванні в сівозміні щороку можна знизити негативний баланс азоту не менш як на 50 %, фосфору – на 20–30 %, а також відчутно поліпшити склад ґрунтової мікрофлори та фітосанітарний стан землекористування [1].

Біохімічні показники якості характеризують харчову цінність зерна. До них належать: вміст білка, його фракційний та амінокислотний склад, кількість вітамінів та зольних елементів. Білок — одна з найважливіших складових зерна ячменю. Показник білковості має достатньо різко виражену зональність накопичення, яка підвищується із зростанням температури повітря, кількості сонячної радіації та зміни її складу (переважає короткохвильове випромінювання), а також зменшення вологості повітря [3].

Велике значення має вміст у насінні білка, крохмалю, безазотистих екстрактивних речовин, адже запаси пластичних речовин обумовлюють енергію його проростання, а в кінцевому результаті життєздатність рослин та врожайність. Зміна хімічного складу насіння зумовлює зміну його врожайних якостей.

Для оцінки дії препаратів на якість врожаю зерна, ми вивчали вміст білка залежно від біопрепаратів. На фоні без добрив найбільший вміст білка був у 2016 році за попередника пшениця озима (9,77 %).

За обробки насіння мікродобривом Сизам вміст білка становив від 9,52 % (2018 р.) до 9,98 % (2016 р.) по попереднику пшениця озима. Після кукурудзи на зерно вміст білка був за обробки Сизам від 9,63 до 9,61 % по роках.

Інокуляція насіння Фосфоентерином показав підвищення вмісту білка по обох попередниках.

Таблиця 1

Варіювання якісних показників зерна ячменю ярого залежно від досліджуваних факторів у середньому за 2016–2018 рр.

Варіанти	Вміст білка, %			
	2016р.	2017 р.	2018 р.	середнє
попередник пшениця озима				
без обробки (контроль)	9,77	9,11	9,48	9,45
обробка насіння мікродобривом Сизам	9,98	9,77	9,52	9,76
інокуляція насіння Фосфоентерин	10,18	9,90	9,84	9,97
інокуляція насіння Діазофіт	10,20	10,00	10,03	10,07
попередник кукурудза на зерно				
без обробки (контроль)	9,18	9,06	9,20	9,15
обробка насіння мікродобривом Сизам	9,91	9,77	9,63	9,77
інокуляція насіння Фосфоентерин	9,99	9,81	9,85	9,88
інокуляція насіння Діазофіт	10,05	9,94	10,00	10,00

За середніми даними на фоні без добрив вміст білка в зерні був 9,45 % за попередника пшениця озима, при обробці насіння та обприскуванні у фазі кушіння рослин мікродобривом Сизам (9,76 %) і обробки цим препаратом разом із комплексом біопрепаратів (Фосфоентерин, Діазофіт) та обприскуванні у фазі кушіння рослин мікродобривом Сизам (9,97 % та 10,07 %).

Отже, зерно ячменю ярого кращої якості формувалося у варіантах, де застосовували інокуляцію насіння комплексом біопрепаратів, обробку насіння та обприскування рослин мікродобривом Сизам і обробку насіння мікродобривом Сизам разом із комплексом біопрепаратів та наступним обприскуванням у фазу кушіння мікродобривом Сизам.

Встановлено, що обробка насіння бактеріальними препаратами по-різному впливала на формування врожайності та якості зерна. Так, варіант з інокуляцією насіння забезпечив підвищення врожайності після обох попередників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Елементи удобрення ячменю ярого. Авраменко С. В. та ін. *Пропозиція*. 2016. № 3. С. 82–87.
2. Манько К. М., Музафаров Н. М. Ячмінь ярий: сучасні технології вирощування. *Агробізнес сьогодні*. Київ, 2012. № 9. С. 33–37.
3. Кутилкин В. Г. Совершенствование технологии возделывания ячменя. *Зерновое хозяйство*. 2006. № 4. С. 14–15.
4. Шевченко М. С., Десятник Л. М., Шапка В. П., Кохан А. В. Вплив елементів біологізації на продуктивність сівозмін та родючість ґрунту в Степу. *Бюлетень сільського господарства НААН України*. Дніпро, 2016. № 11. С. 88–96.

Шалигіна І. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО АГРАРНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРЦІЇ

На сучасному етапі розвитку української економіки її пріоритетним та першочерговим стратегічним напрямом постає інтеграція в ЄС. Це дозволить Україні значно покращити власні позиції на світовому ринку, забезпечуючи при цьому: сталий економіко-фінансовий розвиток, зростання рівня конкурентоспроможності українських суб'єктів підприємництва, а саме головне – досягнення достатніх соціальних стандартів життя населення та їх підвищення на перспективу.

Поліпшення національного благополуччя країни залежить саме від її національних інтересів, що можна зробити забезпечуючи ефективний розвиток як національної промисловості так і особливого її пріоритету – сільського господарства. Для цього необхідно створити конкурентоспроможну національну економіку, здійснити модернізацію занедбаних потужностей аграрного виробництва (особливо у віддалених районах сільської місцевості), що забезпечить більшу конкурентоспроможність аграрної продукції в різних її регіонах.

В сучасних умовах особливим є конкурентоспроможне та стає сільське господарство, тому що це також і ключовий фактор розвитку об'єднаних територіальних громад. За рахунок цього буде розвиватися мале та середнє фермерство, створюватися додаткові виробничі потужності, поліпшуватися економічні та соціальні умови життя саме у сільській місцевості, більш ефективно використання природних ресурсів, зокрема землі, а також впроваджуватися нові технології та техніка. Тому в перспективі є відновлення стійкого економічного зростання регіонів, покращання інвестиційних умов та

забезпечення продовольчої безпеки як самих регіонів так і національної зокрема.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України в 3 лідерів щодо експорту національних аграрних та харчових товарів 2017-2018 р.р. входять зернові культури - 36,2 %, рослина олія - 25,1 % та насіння олійних культур - 11,3%. У 2017 році відбулося збільшення експорту українських перероблених та харчових товарів, а саме: масла вершкового на 92,2 млн.дол. порівняно з 2016 роком та цукру - на 49,7 млн.дол. Загальна сума експорту продукції рослинництва зросла на 2,1 млрд.дол., що становить 16,7 млрд.дол., а відповідно щодо продукції тваринництва, то зростання є на 371,4 млн.дол. і становить 1,3 млрд.дол.

За перші 10 місяців 2018 року (порівняно з аналогічним періодом 2017 року) національний аграрний експорт вже зріс майже на 165 млн.дол. і становить 14,8 млрд.дол. Загальне зростання обсягу експорту аграрної продукції відбулося за рахунок збільшення: по-перше, експорту олії ріпакової і гірчичної на 98,3 % (48,8 млн.дол.), по-друге, експорту яєць птиці на 68,7 % (39,7 млн.дол.), а по-третє, збільшився експорт м'яса та субпродуктів домашньої птиці на 31,7 % (102,3 млн.дол.) [1].

Головними ринками збуту національної аграрної продукції виступили країни Азії та Євросоюз. За даними рис.1 видно, що країни Азії займають 42,6%, Європейський Союз - 32,4%, африканські країни - 14,2%, СНД - 7,6%, США - 0,4%, а інші країни - 2,8 %.



Рисунок 1 – Головні ринки збуту аграрної продукції України, % *джерело: [1]

До п'ятірки країн-лідерів, кожна з яких придбала української аграрної та харчової продукції більше ніж 1 млрд.дол. входять Індія, Нідерланди, Єгипет, Іспанія та Китай.

На кінець листопада 2018 року Україною вже повністю було використано 10 на безмитний експорт у рамках ЗВТ із Євросоюзом, зокрема це квоти на мед, крупи, солод і пшеничну клейковину, оброблені томати, виноградний та яблучний соки, пшеницю та кукурудзу, вершкове масло та

м'ясо птиці. Таким чином додатково надані нам квоти зможуть прискорити ліквідацію ввізних мит ЄС на певні промислові товари, як це передбачено Угодою про асоціацію. В результаті чого Україна зможе безмитно експортувати до ЄС вже більші обсяги пшениці, кукурудзи, ячменю, вівса та ячмінних круп та гранул, також це дає зростання експорту без застосування мита перероблених помідорів, натурального меду та виноградних соків. Але ж Євросоюз захищає власного аграрного виробника та його продукцію, тому ним визначені більш жорсткіші вимоги до якості української агропродукції. Навіть при зростанні кількості квот на певні групи продукції не буде означати зростання їх експорту [2].

Таким чином, євроінтеграція української економіки та зокрема аграрного виробництва, можна вважати фактором забезпечення національної економічної безпеки та конкурентоспроможності. При цьому кожен суб'єкт підприємництва буде більш ефективно використовувати фінансові ресурси, матеріальні ресурси, потенціал працівників, а також постійно проводити чесну оцінку власного бізнесу та конкурентів, що в свою чергу призведе до їх розвитку та прибутковості. Також українським виробникам аграрної продукції варто не чекати на збільшення квот, а намагатися власноруч просувати продукцію на експорт через проведення ефективних маркетингових досліджень ринку (національного та ЄС), збільшення реклами та покращання якості власної продукції. Якщо продукція чи її бренд є відомим за межами України, то тільки тоді можна збільшувати свою присутність на ринку сільськогосподарської продукції ЄС.

На державному рівні має відбуватися більше сприяння надходженню інвестицій в аграрну сферу, допомога у розвитку органічного виробництва, впровадження IT-технологій, покращання безпечності та якості продукції не тільки щодо її експорту, а й споживання на національному ринку.

Список використаних джерел

1. Аграрний експорт України у 2018 році – Електронний ресурс. – Режим доступу : <https://www.dw.com/uk/аграрний-експорт-україни-у-2018-році-зріс-на-165-мільйонів-доларів/a-46520669> (дата звернення: 12.03.2019 р.).
2. Кірдан О. П. Квотування сільськогосподарської продукції українських виробників та проблеми виходу на європейські ринки // Економіка України в умовах євроінтеграції: виклики та перспективи розвитку : матер. І Всеукраїнської наук.- практ. конф., 19 квітня 2018 р., м. Умань / за ред. д. е. н., проф. О. Г. Чирви. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2018. – с.14-16.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр»

Спеціальності «Економіка»

Олійник Є. О.

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ІННОВАЦІЙНА СПРЯМОВАНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району Полтавської області впровадження інновацій пов'язане з виведенням нових сортів рослин, порід тварин, виготовленням техніки, новими ресурсозберігаючими технологіями тощо. Тому інновації у діяльність ТОВ «Промінь-Приват» впроваджуються у трьох напрямках:

1) інновації у сфері людського фактору – підготовка спеціалістів, здатних експлуатувати нову техніку, обладнання і технології, підвищення їх кваліфікації, перепідготовка;

2) інновації у сфері біологічного фактору – розробка і освоєння нововведень, які забезпечують підвищення родючості земель сільськогосподарського призначення та урожайності сільськогосподарських культур – протягом 2013-2017 рр. в ТОВ «Промінь-Приват» застосовувалась ресурсозберігаюча технологія при вирощуванні зернових та зернобобових культур; висівали новий сорт сої «Аполло».

3) інновації у сфері техногенного фактору – забезпечують удосконалення техніко-технологічного потенціалу сільськогосподарського підприємства. Була придбана техніка (комбайн Case 2388 (2005 р.) за 79,9 тис. євро у 2015 р., сівалка зернова СЗ-2 12-тирядну Полтава в 2016 р. за 15,6 тис. \$ та трактор CASE ІН за 125 тис. \$ у 2017 р.).

За підсумками опитування виявлено, що основними мотивами використання агроінновацій на підприємствах області є покращення якості продукції, розширення ринків збуту, вдосконалення технології виробництва і зменшення витрат праці та матеріалів на одиницю продукції. Відтак, найважливішими сферами впровадження інновацій є технологія виробництва, реалізація виробленої продукції та забезпечення ресурсами [1, с. 44]. З-поміж усіх видів інноваційної продукції найбільшим попитом користуються нові сорти і гібриди сільськогосподарських культур, породи тварин (25,5 %) (рис. 1).

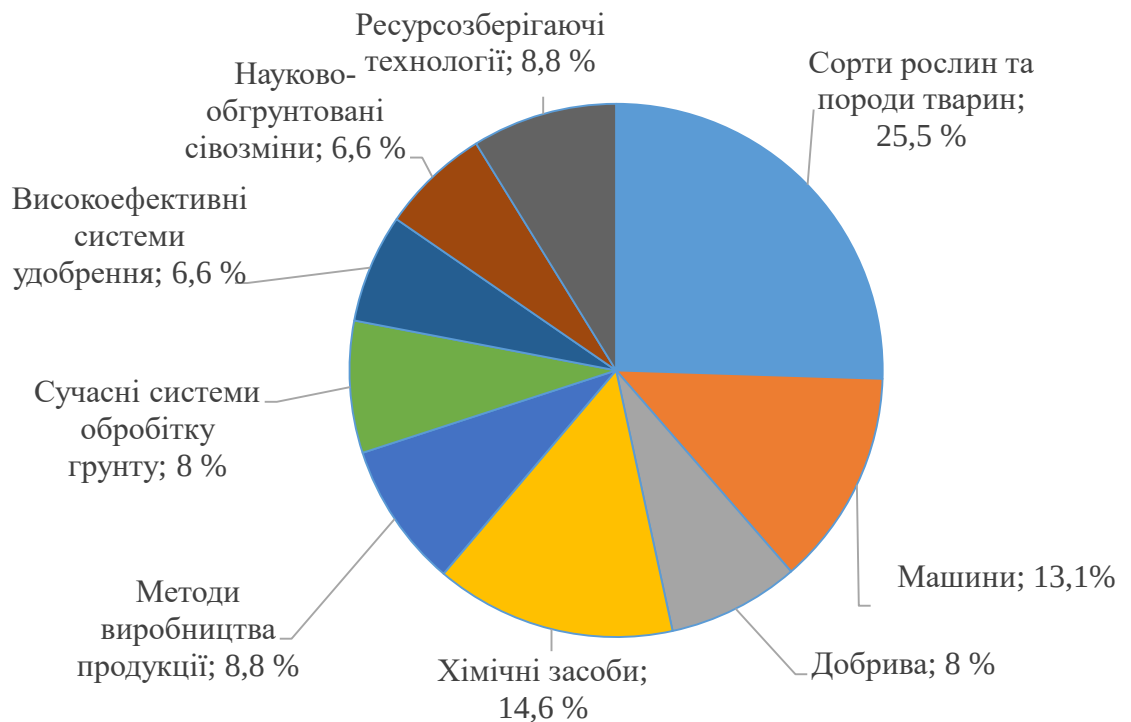


Рис. 1. Впроваджені види процесових, продуктових та організаційних агроінновацій в ТОВ «Промінь-Приват» Миргородського району Полтавської області, 2013-2017 рр.

Ці дані свідчать про те, що для ТОВ «Промінь-Приват» основним заходом є не нові системи чи технології, а більш продуктивні сорти рослин. Така одностороння позиція дещо стримує рівень розвитку сільського господарства, адже нові сорти рослин вимагають певних технологій, способів обробітку ґрунту.

Основними інноваційними напрямками підвищення ефективності виробництва, які забезпечують збільшення обсягів виробництва продукції і зменшення витрат на її одиницю, передбачають комплекс таких заходів, як підвищення врожайності культур, поліпшення якості, ефектне використання виробничих ресурсів, розширення посівів високоврожайних сортів, впровадження комплексної механізації, застосування прогресивних форм організації і оплати праці з урахуванням кінцевого результату, раціональне розміщення концентрації посівів [2].

Отже, під впливом зростаючої конкуренції інвестиції та інновації стають основним елементом управління на підприємстві. Нові ідеї, прогресивні технології та організаційні рішення визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживання і фінансову стабільність підприємств.

Список використаних джерел

1. Вінніченко І. І. Інноваційна діяльність аграрних підприємств : стан та пріоритети / І. І. Вінніченко // [Бюлетень міжнародного Нобелівського економічного форуму]. – Дніпропетровськ, 2012. – № 1 (5). – т. 1. – С. 44-48.
2. Геєць В. М. Інноваційний розвиток: угорський досвід та українські реалії [Електронний ресурс] / В. М. Геєць // Дзеркало тижня. – 2007. – № 5 (634). – Режим доступу: <http://www.dt.ua/2000/2020/55829>.
3. Кириченко В. В. Ринкові моделі реалізації селекційних інновацій / В. В. Кириченко, В. М. Тимчук // Вісник аграрної науки. – 2008. – № 8. – С. 62-64.

Шульженко І.В.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

Тупкало Б.М.

*магістрант кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

РОЛЬ СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В сучасних умовах господарювання ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від своєчасно прийнятих управлінських рішень, а також від швидкого отримання цих рішень виконавчою ланкою та найскорішого їхнього виконання. Від цього, у підсумку, залежить якість та ефективність управління підприємством в цілому. Досить часто слабкою ланкою процесу прийняття управлінських рішень виявляється недостатньо розвинені комунікації. Вважається, якщо рішення прийняте, відповідальність за нього перекладається на виконавців. Тому від ступеня спілкування виконавців, узгодження їхніх дій залежить ефективна та своєчасна реалізація управлінських рішень.

Необхідність використання інформаційних технологій в процесі прийняття управлінських рішень обумовлюється високим ступенем інформаційної складності завдань, які потребують вирішення, особливо в такій організаційно складній та різнобічній сфері як комунікації. Вдале впровадження інформаційних технологій впливає на систему внутрішніх та зовнішніх комунікацій підприємства шляхом оптимізації процесу обміну інформацією, зменшенню завантаження менеджерів та створенню умов прийняття ефективних управлінських рішень.

Дослідження показують, що керівник 50-90% усього часу витрачає на комунікації. Це здається дуже багато, але стає зрозумілим, якщо врахувати, що керівник займається цим постійно, щоб реалізувати свої ролі у міжособистих

відносинах, інформаційному обміні в процесах прийняття: рішень, в плануванні, організації, мотивації і контролі [1, с.195].

Саме тому, що обмін інформацією входить в усі види управлінської діяльності, комунікацію називають зв'язуючим процесом, який пов'язує частини організації в єдине ціле.

Треба зазначити, що управлінська діяльність ґрунтується на налагодженому процесі ефективних комунікацій. Якісна комунікація базується на принципі рівного доступу усіх учасників до необхідної інформації, результативності міжособистісного спілкування, оптимальності умов прийняття рішень, розв'язання конфліктів та командної роботи. Для досягнення високої якості та результативності управління усі учасники процесу мають мати рівний доступ до інформаційних ресурсів, можливість безперешкодно та ефективно комунікувати один з одним, формуючи оптимальні умови для успішного прийняття рішень, вирішення конфліктів та спільної роботи команди [2, с. 6].

Встановлення належної комунікації пов'язано з розв'язанням багатьох питань. Це готовність осіб, що приймають управлінське рішення встановлювати комунікацію, виявлення та усунення перешкод, до цього вибір способів комунікації, правильне поєднання усної, візуальної, письмової та електронної форм комунікації тощо.

На практиці ефективність комунікацій знижується, якщо неточно формулюється повідомлення, має місце помилковий переклад або нечітке тлумачення, допускаються втрати інформації у процесі передачі її зберігання має місце неухважність працівників, недостатній час для адаптації, передчасна оцінка, страх, відсутність передачі та ін.

Тому, спираючись на вищевикладене, зазначимо, що розробка ефективних управлінських рішень потребує окрім добре налагоджених комунікацій також застосування сучасних інформаційних технологій, що забезпечують повноту, своєчасність інформаційного відображення процесів, можливість їхнього моделювання, аналізу, прогнозування. У багатьох випадках процедура розробки управлінського рішення передбачає достатньо великий обсяг роботи менеджерів, автоматизація якої дозволяє не тільки істотно скоротити обсяг працевитрат на підготовку рішення, але й одержати більш якісний «вхідний» матеріал для своєчасного і грамотного прийняття управлінського рішення.

Застосування сучасних комп'ютерних технологій має незаперечні переваги [3, с.125]:

- швидкість виконання роботи;
- її висока якість;
- великий обсяг виконуваної роботи завдяки великому об'єму пам'яті;
- конфіденційність інформації;
- раціональний розподіл функцій між користувачем і комп'ютером.

Тобто, можемо зазначити, що комунікації виступають тим ланцюгом, що поєднує всі елементи організації в цілісну систему та забезпечує її взаємодію

із зовнішнім середовищем. З розвитком цивілізації ускладнюються засоби здійснення комунікацій та з'являються нові канали та методи їх реалізації. Науково-технічний прогрес привніс радикальні зміни у всі сфери господарської діяльності: виробничі процеси ускладнилися, системи збуту набули нових форм, постійно з'являються нові товари, послуги та зникають інші, що призводить до збільшення обсягів інформації та швидкості її циркуляції. У сучасному суспільстві комп'ютеризація технологічного забезпечення управління набуває першочергового значення, адже нехтування впровадженням новітніх інформаційних технологій ставить під велике питання прийняття ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Туріянська М. М. Комунікації в системі управління знаннями / М. Туріянська // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 2. – С.194-196.
2. Бражникова Г.Н. Некоторые проблемы коммуникационной составляющей процесса управления в организации / Г.Н. Бражникова// Инновации в науке. – 2012. – №13- 2. – С. 5-11.
3. Чічановський, А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. - К.: Грамота, 2010. - С. 568.

*Шумкова О.В.,
к.е.н., доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
Малишева В.І.,
магістрант спеціальності «Менеджмент»
ОП «Адміністративний менеджмент»
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Поява у системі планів, для регулювання діяльності суб'єктів господарювання, бізнес-плану пов'язана зі зміною та удосконаленням економічних умов їх функціонування. Для підприємництва, зокрема діяльність якого пов'язана зі сферою послуг, найхарактерніші плани та програми для реалізації окремих угод та проектів.

Бізнес-планування — це сучасний і досить популярний термін на сьогодні в бізнес-середовищі. Воно являє собою специфічну сферу ділових технологій, що є невід'ємною частиною будь-якого бізнесу, засіб залучення зовнішнього капіталу й підвищення ефективності бізнесу.

Бізнес-планування можна також розглядати як алгоритм майбутньої діяльності організації. Головними завданнями алгоритму бізнес-планування є:

виділення слабких місць стратегічного планування ще до початку його реалізації та своєчасне внесення необхідних коректив; оцінювання потенційних технічних, ресурсних та фінансових можливостей розвитку виробництва; оцінювання ефективності обраних шляхів розвитку, доходності заходів та окупності коштів; чітке планування дії функціональних підрозділів та забезпечення їх взаємозв'язку; забезпечення гнучкості, мобільності та швидкої реакції на необхідність перебудови виробництва під впливом зовнішніх чинників.[3]

Процес бізнес-планування — це опис і прогнозування дій організації щодо його майбутньої діяльності. Даний процес складається з таких етапів:

1. Аналіз економічного стану організації та його позиції на ринку.
2. Встановлення ключових проблем розвитку.
3. Розробка альтернативних напрямів розвитку задля подолання проблем.
4. Визначення оптимального варіанту діяльності.
5. Розробка положень стратегій розвитку організації.
6. Представлення стратегії у вигляді бізнес-плану розвитку:
 - 6.1. Складання маркетингового плану.
 - 6.2. Складання виробничого плану.
 - 6.3. Складання управлінсько-організаційного плану.
 - 6.4. Складання фінансового плану.
 - 6.5. Проведення оцінки і страхування ризиків.
 - 6.6. Складання резюме бізнес-плану та оформлення документу.
7. Прийняття стратегії до реалізації.
8. Контроль за реалізацією стратегії на основі аналізу досягнення показників проекту.
9. Удосконалення положень стратегії розвитку.[2 с.112]

Всі розрахунки, які проводяться у межах бізнес-плану, повинні базуватись на відповідних методах і методології планування фінансово-економічних показників. Таким чином, у бізнес-плануванні використовуються наступні методи:

- метод оптимізації — передбачає проведення розрахунків згідно окремих сценаріїв (варіантів) та обрання найбільш оптимального;
- метод цільового прибутку — базується на визначенні розміру цільового прибутку, який є бажаним для підприємства;
- індикативний метод — передбачає розрахунок критичних обмежень обсягів господарської діяльності, при яких досягається доцільність функціонування підприємства, беззбитковість його діяльності, мінімальна рентабельність вкладеного у бізнес-проект капіталу, ефективність використання ресурсного забезпечення, ін.;
- балансовий метод — базується на ув'язці (шляхом складання умовного балансу) бажаних результатів діяльності підприємства (реалізації підприємницького проекту) з відповідним ресурсним забезпеченням для досягнення цих показників;

нормативний метод є найбільш точним (проте трудомістким, оскільки часто потребує обґрунтування або встановлення науково-обґрунтованих норм відповідних показників);

- дослідно-статистичний метод використовується за умови, коли неможливо використати наведені вище методи для розрахунку планових показників.

Інформаційна база – це доволі широкий спектр даних, на основі яких складається бізнес-план і які є підґрунтям для бізнес-планування. До основних джерел для бізнес-планування можна віднести:

- фінансову звітність;
- дані управлінського обліку;
- статистичну звітність;
- результати маркетингових досліджень;
- податкову звітність.[1 с.184]

Процес бізнес-планування є довгим та кропітким, тому під час складання бізнес-планів не рідко трапляються помилки, основними з яких є:

- для досягнення мети, як правило, існують декілька варіантів розроблення бізнес-плану, але часто перевага віддається полегшеному (традиційному) варіанту, а не заснованому на аналізі ринку та результатах економічного аналізу або маркетингового дослідження рішення;
- відповідальність у проекті розподілено недостатньо чітко;
- при формуванні персоналу часто не враховується факт чи є час роботи над проектом додатковим навантаженням чи робота над ним є посадовим обов'язком;
- в ході роботи над бізнес-планом не змінюються попередні умови: а) не вносяться або ліквідуються необхідні положення в постановку завдання; б) не обґрунтовується, які нові чинники можна ігнорувати, а які потрібно враховувати; в) не подається порядок проведення змін як під час розроблення бізнес-плану, так і в створеній документації;
- повторюються помилки з попередніх проектів та відсутність готовності вчитися на помилках;
- використовуються «старі» техніко-економічні показники (витрати, терміни, розрахунки), хоч для нових проектів їх остаточна вірогідність може бути одержана тільки шляхом аналізу завершених проектів.[1 с.184, 2 с.112]

Наявність обґрунтованого бізнес-плану як головного елементу у системі бізнес-планування сприяє залученню капіталу, визначенню планів на майбутнє, ретельному вивченню передбачуваних ризиків і можливих труднощів, які можуть перешкодити практичній реалізації бізнес-проекту. Його впровадження дозволить значно підвищити ефективність діяльності підприємства, його конкурентоспроможність і скоротити витрати.

Список використаних джерел

1. Актуальні питання управління бізнес-плануванням інноваційної діяльності підприємств. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – С. 184.
2. Данік Н.В. Бізнес-планування як інструмент здійснення фінансового менеджменту в сучасних умовах розвитку України / Н.В. Данік // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 112 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf](http://global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf).
3. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств: Наказ Міністерства економіки України від 06.09.2006 № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>.

*Шурпенкова Р.К., Сарахман О.М.
к.е.н., доценти кафедри обліку і оподаткування
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Львівський навчально-науковий інститут,
м. Львів, Україна*

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Україна знаходиться на важливому етапі входження в систему світових господарських зв'язків, від успішної реалізації якого залежить не тільки динаміка зовнішньої торгівлі, але й можливість розвитку держави як органічної підсистеми світового господарства. Важливою умовою успішного функціонування системи зовнішньоекономічної діяльності України в комплексі міжнародного обміну є вдосконалення системи оцінки її результатів.

Характерною ознакою становлення України як незалежної держави зі світовим рівнем розвитку національної економіки є загальна зосередженість на дослідженні проблематики ефективного входження вітчизняного господарського комплексу до глобального ринку та посідання ним гідного місця у міжнародній системі. Близько 60% валового внутрішнього продукту України формується за рахунок зовнішньоторговельного обороту, тому проблема підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій, зокрема, експортних, набуває подальшої значущості.

Аналіз наукових праць з окресленої проблематики показав, що у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі існує певний доробок щодо визначення зовнішньоекономічної діяльності таких українських науковців, як І.В. Бураковський, В.Р. Сіденко, В.І. Чужиков, А.С. Філіпенко, О.І. Кредісов, А.П. Румянцев, а також зарубіжних вчених: В.Парето, П.Х. Ліндерт, П. Хейне, Е. Дж. Долан, Г. Менкью, Д. Сальваторе, Р.С. Хеймані, Д.М. Шапіро.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності – «це економічна категорія, що відображає сукупний ефект від зовнішньоекономічних зв'язків,

який полягає в економії суспільної праці та зростанні її продуктивності від участі економіки країни у міжнародному поділі праці» [1, с. 320].

Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій проводиться для обґрунтування не лише окремих пропозицій щодо закупівлі та продажу певних товарів. Ці дані можуть бути використані при розробці планів експорту й імпорту в масштабах країни, при оцінці структури та напрямків зовнішньоторговельного обігу. Подібні розрахунки виконуються як у національній, так і в іноземній валюті.

При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовується системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції. Для здійснення економічного аналізу потрібно обрати критерій ефективності. Критерій - це головна ознака, що відрізняє його від інших класифікаційних одиниць. На основі такої ознаки здійснюється кількісна оцінка ефективності виробництва. Згідно з цим визначенням обраний критерій має відповідати принципам побудови показників ефективності, а також всебічно відтворювати її економічну сутність.

Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства застосовують системний підхід. Системний підхід – це дослідження певної сукупності, що складається із взаємозалежних частин, які взаємодіють між собою та утворюють цілісність, що забезпечує вирішення певних проблем [2, с. 8]. Критерій ефективності є необхідною складовою для економічного аналізу. Його основним завданням є кількісна оцінка ефективності виробництва. Врешті-решт, спираючись на одержані дані можна обрахувати проміжні і узагальнені показники, побудувати факторну модель, вивести формули дії чинників на узагальнений показник, обчислити можливі відхилення при здійсненні фінансово-господарської діяльності, виявити резерви і обґрунтувати проблеми, які повинні бути вирішені на управлінському рівні [3].

На основі похідних даних можна вирахувати проміжні та узагальнені показники, побудувати факторну модель, розробити формули впливу факторів на узагальнений показник, вирахувати можливі відхилення при здійсненні фінансово-господарської діяльності, обчислити резерви та обґрунтувати проблеми, які потребують негайного вирішення на управлінському рівні.

Економічне обґрунтування діяльності підприємств, у тому числі і тих його напрямків, які пов'язані із зовнішньоекономічною сферою господарювання, здійснюється на підставі аналізу показників ефективності.

Показники економічної ефективності поділяють на:

1) показники ефекту, що визначаються як абсолютні значення і відтворюються в грошових одиницях як різниця між результатами діяльності та витратами на її здійснення;

2) показники ефективності, що визначаються як співвідношення прибутку від діяльності підприємства до витрат на її здійснення і відтворюються відносними величинами: відсотками, частками одиниці.

Розрахунок показників ефективності вимагає дотримання наступних принципових методологічних положень:

1) принципу всебічного обліку всіх складових елементів витрат та результатів, який припускає якісну класифікацію і відтворення відповідних показників у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку;

2) принципу зведення витрат і результатів для зіставлення, який показує, що показники, які порівнюються, повинні відтворюватися однаковими кількісними одиницями і носити антонімічний характер в економічному розумінні. При конструюванні показника ефективності чисельник і знаменник останнього мають виключати можливе дублювання складових елементів;

3) принципу зведення різнотермінових витрат і результатів до одного моменту часу за допомогою дисконтування;

4) принципу зіставлення з базовим варіантом, що відтворює сутність застосування показників ефективності для здійснення економічного аналізу, який проводять не тільки з метою опису поточного стану діяльності суб'єкта господарювання, а й з метою опрацювання пропозицій щодо поліпшення економічної ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується [4].

Таким чином, використання збалансованої системи показників у сфері стратегічного управління ЗЕД підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних та тактичних рішень, оптимізувати використання обмежених внутрішніх резервів розвитку підприємства щодо подальшого розвитку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Для того, щоб управляти конкурентоспроможністю, розглядаючи її з різних позицій, в тому числі і з позицій індикатору управління підприємством-експортером, її необхідно вимірювати. Це означає, що повинні бути вироблені ті чи інші підходи до вимірювання конкурентоспроможності, а також відповідні процедури роботи з даним показником як індикатором і об'єктом управління.

Список використаних джерел

1. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О.П.Гребельник. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 432 с.

2. Бакуменко В.Д. Методологія системних досліджень в державному управлінні: навчальний посібник / Бакуменко В.Д., Кравченко С.О. – К.: ВПЦ АМУ, 2011. – 116 с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://library.if.ua/book/53/3850.html>.

4. Шурпенкова Р.К. Організація і методика економічного аналізу: навч. посібник/ Р.К.Шурпенкова, І.І. Демко .- К.: УБС НБУ, 2011.- 287 с.

*Щербина Л. І.
кандидат юридичних наук,
старший науковий співробітник,
головний науковий співробітник
науково-організаційного центру,
Національна академія СБ України
м. Київ, Україна*

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

До широкого спектру сучасних проблем держави і права відносяться питання національної безпеки України, на забезпечення якої зосереджена цілеспрямована діяльність державних органів й інститутів громадянського суспільства з метою нейтралізації негативних тенденцій стосовно людини, суспільства й держави та створення умов для належного розвитку сфери їх життєдіяльності, що постійно перебуває під впливом різних факторів.

Згідно п. 9 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про національну безпеку України» від 21 червня 2018 р. № 2469-VIII, національна безпека України – це захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз. Під національними інтересами України у названому Законі розуміються життєво важливі інтереси людини, суспільства і держави, реалізація яких забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності і добробут її громадян. При цьому, до фундаментальних національних інтересів законодавець, серед інших, відніс сталий розвиток національної економіки та інтеграцію України в європейський економічний простір, з урахуванням чого державна політика у сферах національної безпеки і оборони має спрямовуватися й на забезпечення економічної безпеки держави.

Вигідне геостратегічне положення України, наявність значної території і довжини кордонів, розташування на перехресті міграційних і торговельних шляхів, яке співпадає із межею розлому двох цивілізацій, зумовило те, що наша держава стала зоною зіткнення глобальних геополітичних, у тому числі економічних, інтересів провідних держав світу. Будь-які значні події у політичній чи соціально-економічній сфері України перебувають в об'єктиві підвищеної уваги з боку країн-членів ЄС, США та Росії, які завжди по-різному на них реагують. Зазначені факти мають об'єктивно оцінюватися та враховуватися при забезпеченні національної, зокрема економічної, безпеки для реального захисту національних інтересів України.

Сучасний соціально-економічний розвиток України супроводжується такими негативними явищами, як різке майнове розшарування в суспільстві, збільшення питомої ваги громадян, які живуть за межею бідності, зростання

безробіття, посилення міграційних процесів, пов'язаних з відтоком кваліфікованих кадрів, різке скорочення народжуваності й середньої тривалості життя в країні, деформація демографічного й соціального складу населення, а відтак – криза в економіці, зниження духовно-морального й творчого потенціалу, соціальні конфлікти, поширення правового нігілізму та поява гіпертрофованих національних ідей, що створюють реальну загрозу національній безпеці України. Зазначені процеси негативно впливають на стан захищеності національних інтересів, оскільки неможливо забезпечити належний рівень обороноздатності держави при слабкій економіці, так само, як ефективна економіка не може існувати в державі, суспільство якої «роздирається» конфліктами.

У науковій літературі є чимало визначень терміну «економічна безпека». Не вдаючись до полеміки з цього питання зазначимо, що, зазвичай, під нею розуміється незалежність держави у формуванні й розвитку економічної системи, її здатність мати економічний потенціал, достатній для самостійного, стійкого, прогресивного розвитку усіх сфер суспільного життя. До складових економічної безпеки фахівці відносять макроекономічну, фінансову, зовнішньоекономічну, інвестиційну, науково-технологічну, енергетичну, виробничу, демографічну, соціальну та продовольчу безпеку. Належний рівень забезпечення економічної безпеки здатний підтримувати прийнятні умови життєдіяльності населення, функціонування важливих галузей господарства та послідовну реалізацію уповноваженими суб'єктами національно-державницьких інтересів.

Забезпечення економічної складової національної безпеки є гарантією незалежності держави, невід'ємною умовою стабільної й ефективної життєдіяльності суспільства, що досягається, насамперед, завдяки ефективності виробництва, високій продуктивності праці та випуску якісної й конкурентоспроможної продукції. Створення умов для цього не варто покладати на одну державну інституцію, оскільки такий напрямок діяльності має стати пріоритетним для усієї системи державних органів та структур громадянського суспільства.

Одним із найважливіших, базисних факторів економічної безпеки, який впливає на стан забезпечення національної безпеки, є відповідність системи економічних, виробничих відносин потребам виробництва і економічного розвитку держави. За відсутності такої відповідності усі інші фактори, як то – наявність сировинних ресурсів, розвиток інфраструктури, кваліфікація робочої сили, рівень розвитку науки і технологій тощо, набувають зовсім іншого значення.

У підсумку зазначимо, що сутністю економічної безпеки є забезпечення гарантованого захисту національних інтересів, соціальної спрямованості політики та достатнього оборонного потенціалу, що досягається, навіть за несприятливих умов внутрішніх і зовнішніх процесів, завдяки готовності й здатності інститутів влади створювати механізми реалізації й захисту таких

інтересів у сфері розвитку вітчизняної економіки та підтримання соціально-політичної стабільності суспільства.

Щетініна Т.О.

*к.і.н., доцент кафедри публічного управління та адміністрування
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ДОСВІД СІНГАПУРУ

Проблеми розвитку підприємництва залишаються актуальними для України фактично з часу проголошення незалежності. І хоча до сучасного періоду проведена значна робота органами влади та бізнес-середовищем, створена відповідна правова база, напрацьовано значний практичний досвід, але питання підтримки підприємництва з боку держави не втрачають пріоритетності. Не в останню чергу це спонукає українських політиків, науковців та й самих підприємців звертатися до світового досвіду. Лише в останні роки з'являється все більше досліджень, автори яких підкреслюють прямий взаємозв'язок між системою державного управління, ступенем відкритості суспільства та рівнем розвитку підприємництва. Аналізуючи зарубіжний досвід за цими критеріями, дослідники як правило сходяться на взірцевому прикладі Республіки Сінгапур, міста-держави у Південно-Східній Азії, що постала як незалежна країна лише у 1965 році. Успішність сінгапурського проекту достатньо проілюструвати даними Міжнародного валютного фонду (2015 р.), згідно яких Сінгапур посідає 6-е місце в світі за рівнем ВВП на душу населення, поступаючись таким країнам, як Люксембург, Швейцарія, Катар, Норвегія та США. Зрозуміло, що досягти такого рівня життя країна могла б тільки за умови належного рівня розвитку підприємництва.

До основних причин процвітання економіки та підприємництва Сінгапуру можна віднести [1]:

- наявність сприятливого економічного середовища та привабливого інвестиційного клімату в країні: існує пільгове податкове законодавство для суб'єктів малого підприємництва, яке спрямоване на залучення іноземного капіталу та інвестицій;

- суб'єкти малого підприємництва в більшості зайняті у сфері послуг (більшість мешканців займаються індивідуальною підприємницькою діяльністю, деякі володіють акціями та іншими цінними паперами різних компаній. Тому середній клас складає близько 80% від загальної кількості населення);

- сприятливі умови для створення суб'єктів підприємництва та подальшого їх функціонування (особливі пільги розраховані на створені малі і середні підприємства).

Дослідники називають Сінгапур ідеальним місцем для ведення бізнесу,

чому сприяють надзвичайна фінансова інфраструктура країни, політична стабільність та правова система світового рівня. У країні діє податковий режим, спрямований на залучення міжнародних інвесторів: вільний рух фінансових ресурсів, репатріація капіталів, гарантії капіталовкладень, звільнення від податку на відсоток за банківськими вкладами для іноземних громадян, які тимчасово проживають в країні, звільнення від подвійного оподаткування. Тобто, загалом, державна політика спрямована на створення привабливого інвестиційного клімату як для вітчизняних, так й іноземних інвесторів. Наслідком створення сприятливого інвестиційного клімату стало розташування у Сінгапурі відділень більше 3,5 тис. провідних компаній світу та представництв більше ніж 120 транснаціональних корпорацій [2].

«У Сінгапурі функціонує надзвичайно стабільна та ефективна бізнес-інфраструктура. Більшість типових повсякденних операцій з державними органами можуть бути завершені протягом кількох годин, причому значну частку з них можна зробити за допомогою мережі Інтернету. Процедури реєстрації та перевірки відповідності чітко відпрацьовані та прозорі. Наприклад, відкриття компанії в Сінгапурі зазвичай займає 1-2 дні» [1].

Мале і середнє підприємництво в Сінгапурі входить до однієї групи. При цьому головним критерієм поділу є кількість зайнятих працівників на підприємстві, яка не повинна перевищувати двохсот осіб.

Суб'єктів малого та середнього підприємництва можна поділити на дві категорії: 1) суб'єкти підприємництва, що зайняті організацією і розвитком ресторанного, готельного, туристичного, будівельного та інших сервісів; 2) суб'єкти підприємництва зайняті у сфері виробництва та використання інноваційних розробок.

Економіка Сінгапура спрямована на співпрацю між підприємцями та об'єднання їх в спеціальні союзи з метою ефективного розподілу праці і для досягнення кращого результату при впровадженні нових технологій і виробництві нової продукції. У Сінгапурі функціонує близько 140 тисяч суб'єктів малого і середнього підприємництва, що складає близько 90% усіх підприємств країни. Підтримкою малого підприємництва займається спеціально створене агентство «Spring», яке розробляє і реалізує різні програми [3].

В країні впроваджується величезна кількість різноманітних програм по пільговому кредитуванню, які включають спеціальні позики, страхування кредитних ризиків, надання субсидій. Для малих підприємств, чисельність робітників на яких складає не більше 10 чоловік, створюються спеціальні пільгові умови на отримання позик. В країні сформована ефективна податкова система. Максимальна ставка корпоративного податку відносно низька – 17 %. При цьому, перші 100 тис. сінгапурських доларів прибутку повністю звільняються від сплати податку на прибуток. У межах наступних 200 тис. дол. прибутку тільки 50 % з них оподатковується. Прибуток компанії понад 300 тис. дол. оподатковується за стандартною ставкою 17 %. На період 2016-2017

пр. податковим законодавством Сінгапуру було передбачено додаткову податкову знижку в розмірі 30 % від нарахованого податку, а у 2017 р. податкову знижку було збільшено до 50 % [4]. Звичайно, така податкова система є ефективним інструментом стимулювання розвитку малого бізнесу.

Не в останню чергу розвитку підприємництва сприяє фінансування урядом Сінгапуру навчання і підвищення кваліфікації кадрів, які зайняті у сфері малого та середнього бізнесу. Для цього функціонують державні і деякі приватні навчальні заклади.

Список використаних джерел

1. Поліщук Г.О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід // Актуальні проблеми державного управління. 2017. № 1 (51). URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2017-1/doc/6/03.pdf> (дата звернення: 20.03.2019)
2. Фролова Н.Л. Світовий досвід державної політики у сфері розвитку малого та середнього бізнесу // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 61. С. 67-78
3. Ольвінська О. Ю. Особливості державного регулювання малого підприємництва у країнах світу // Державне управління: удосконалення та розвиток: електрон. наук. фахове вид. 2015. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=814> (дата звернення: 20.03.2019)
4. Налоговые льготы в Сингапуре для молодых компаний [Электронный ресурс]. URL: <https://www.start-business-in-singapore.com/blog/nalogovye-lgoty-v-singapore-dlya-molodyx-kompanij.html>. (дата звернення: 12.11.2018)

Юдічева О. П.

*к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства
та комерційної діяльності в будівництві*

Огороднік І. В.

*к.т.н., доцент, доцент кафедри товарознавства
та комерційної діяльності в будівництві*

*Київський національний університет будівництва і
архітектури,
м. Київ, Україна*

ПОРІВНЯННЯ ХІМІЧНОГО СКЛАДУ НАСІННЯ КУНЖУТУ, ЛЬОНУ І ЧІА

Насіння олійних культур є цінним джерелом білків, ненасичених жирних кислот (у тому числі есенціальних), мінеральних речовин, вітамінів. Тому його все частіше використовують під час приготування різних страв, виробництва чисельних харчових продуктів. В останні роки перевагу надають вже відомому насінню кунжуту та льону, а також менш знайомому в Україні насінню чіа.

Кунжут (сезам) – тропічна однорічна трав'яниста рослина із родини *Pedaliaceae* роду *Sesamum*. Цінують цю рослину за насіння, що є джерелом цінної кунжутної олії і добрим харчовим ароматизатором, який надає стравам горіхового присмаку і тонкого аромату. Насіння – дрібне, плоске, овальної форми. Колір насіння, залежно від сорту, – червоний, білий, чорний, жовтий. Ним посипають хлібобулочні і макаронні вироби, різні кулінарні вироби. Із подрібненого зерна одержують східні солодоці – тахіну пасту і халву. Щорічне виробництво насіння кунжуту сягає 5-6 млн. тонн. Найбільшими виробниками є Індія і Китай. Серед імпортерів лідирують Японія, Єгипет, Південна Корея, США [1].

Олійний льон є прадавньою культурою. В Індії, Китаї, Єгипті, країнах Закавказзя його вирощували за 4-5 тис. років до н.е. Давні слов'янські племена також добре знали цю культуру і вміли виготовити з льону прядиво, а з насіння – олію. На території України культура льону відома ще до виникнення Київської Русі. Ляне насіння буває двох видів – темно-коричнєве і золоте. Відрізняються воно лише за смаком: перше злегка гірчить, а у другого смак більш м'який. Вираженого запаху ні насіння льону, ні ляна олія не мають – лише легкий приємний аромат. Ляне насіння нині додають до хліба, крекєру, каші; з ним готують смузі-боули; посипають цілим або меленим пластівці, вівсянку, йогурти, кефір, сир, салати або бутерброди. Добова доза насіння льону, яку можна вживати з профілактичною метою, – 30-40 г [2].

Чіа – це насіння рослини, яку знають під ботанічною назвою «шавлія іспанська». Вона росте заввишки 1-2 м і має білі або червоні квіти. Є дані, що це насіння завжди брали з собою ацтеки, коли вирушали у тривалі переходи. Одна ложка насіння напередодні надавала сили і витривалості протягом 24 год., разом з тим організм не зазнавав зневоднення, фізичного і психологічного виснаження. З 1991 р. почалася селекційна робота, результатом чого стало відродження чіа під новою назвою – Сальба з високою якістю насіння. Насіння чіа – дрібне, овальне, діаметром близько 1 мм. Колір – коричневий, сірий, чорний чи білий з рельєфним малюнком на поверхні. У насіння є особливість, яку пов'язують з високим вмістом клітковини – воно здатне поглинути воду у великій кількості (навіть у 10 разів більше власної ваги). Це насіння рекомендують для схуднення і як високоцінну харчову добавку до щоденного раціону. Головне не перевищувати добову дозу – 2-3 столові ложки [3]. У табл. 1 наведено хімічний склад насіння кунжуту, льону і чіа.

Таблиця 1– Хімічний склад насіння льону, кунжуту і чіа [4]

Назва нутрієнту	Вміст у насінні		
	льону	кунжуту	чіа
Вода, г/100 г	6,96	9,0	4,90
Вуглеводи, усього, г/100 г,	28,88	17,80	43,85
у тому числі : моно- і дисахариди	1,55	2,0	6,15
харчові волокна	27,30	5,60	37,70
крохмаль	0,08	10,20	≈

Білки, г/100 г	18,29	19,40	15,62
Жири, г/100 г, у т. ч.	42,16	48,70	30,75
насичені жирні кислоти	3,66	6,60	3,18
мононенасичені жирні кислоти, у т. ч.	7,53	19,50	2,12
олеїнова	7,36	19,40	2,01
поліненасичені жирні кислоти, у т.ч.	28,73	19,60	23,34
лінолева	5,90	19,60	5,79
ліноленова	22,81	–	17,55
Зола, г/100 г	3,72	5,10	4,87
Вітаміни, мг/100 г:			
В ₁	1,64	1,27	≈
В ₂	0,16	0,36	≈
В ₅	0,99	≈	≈
В ₆	0,47	≈	≈
Е, α-токоферол	0,31	2,30	≈
РР, ніацин	3,08	4,00	≈
К, мкг/100 г	4,30	≈	≈
Макроелементи, мг/100 г:			
калій	813	497	160
магній	392	540	≈
кальцій	255	1474	631
натрій	30	75	19
фосфор	642	720	948
Мікроелементи, мг/100 г:			
ферум	5,73	16	≈
цинк	4,34	≈	3,49
манган	2,48	≈	2,17
купрум	1,22	≈	0,19
селен, мкг/100 г	25,40	≈	≈

≈ – дані відсутні

За даними табл. 1 можна зробити висновок про те, що насіння льону, кунжуту і чіа мають високу харчову цінність за рахунок значного вмісту жирів (30,75-48,70 г/100 г), білків (15-62-19,40 Г/100 г), вуглеводів (17,80-43,75 г/100 г). Найбільша кількість жирів – у насіння кунжуту і льону. За вмістом поліненасичених жирних кислот, зокрема лінолевої і ліноленової, всі види насіння є біологічно цінними, але найбільшу їх кількість містить насіння льону. Кунжут лідирує за вмістом кальцію (1474 мг/100 г), а чіа – за вмістом харчових волокон – 37,70 г/100 г, а також кальцію (631 мг/100 г) і фосфору (947 мг/100 г).

Таким чином, використання насіння кунжуту, льону і чіа у щоденному харчовому раціоні здатне покращити його біологічну цінність за рахунок рослинного білка, есенціальних жирних кислот, вітамінів і мінеральних

речовин. Насіння вітчизняного льону не поступається за своєю харчовою цінністю імпортованому насінню чіа, але має нижчу ціну.

Список використаних джерел

1. Что такое кунжут ? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://exex.com.ua/index.htm>.
2. Як правильно вживати насіння льону для краси і здоров'я [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ukr.segodnya.ua/lifestyle/wellness/kak-pravilno-upotrebyat-semena-lna-dlya-krasoty-i-zdorovya-1205794.html>.
3. Пискунова А. А. Семена ЧИА – полезные свойства и рецепты [Електронний ресурс] / А. А. Пискунова // GOROD21VEKA. Режим доступу: http://www.gorod21veka.ru/list/zdorovoe_pitanie/Semena-CHIA-Chia.
4. Питайтесь с умом [Електронний ресурс] // Intelmeal. Режим доступу: <http://www.intelmeal.ru/index.php>.

Юрко І. В.

к. е. н., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет

економіки і торгівлі»

м.Полтава, Україна

РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво – це провідний сектор ринкової економіки, який забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє здоровій конкуренції, створює новий прошарок – підприємець-власник. Сьогодні саме з підприємництвом держава пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, боротьбу з економічними кризами та створення умов для розширеного відтворення господарства. Малий бізнес виступає чинником реформування та демократизації у перехідній економіці.

В умовах конкуренції та з метою досягнення якісно нового рівня життя населення мале підприємництво є невід'ємним сектором ринкової економіки, який має регіональну орієнтацію. В ефективному розвитку малих підприємств насамперед зацікавлені територіальні громади, тому що:

- податкові надходження від суб'єктів малого підприємництва формують місцеві бюджети;
- зростання кількості малих підприємств та підприємців збільшує експортний та міжрегіональний потенціал регіону;
- велика частка цього сектора економіки орієнтована на місцевий ринок, збагачуючи його товарами та послугами;

- збільшення кількості суб'єктів малого підприємництва сприяє створенню нових робочих місць, що вирішує проблему безробіття в адміністративно-територіальних одиницях.

Проте сучасний стан регіонального розвитку суб'єктів малого підприємництва на сьогодні є нестійким і нестабільним. Результативність функціонування малих підприємств значною мірою залежить від їх підтримки як на державному, так і регіональному рівнях. Однак в Україні малому підприємству поки що не приділяється належної уваги, не розроблена чітка стратегія регулювання та не обґрунтована програма розвитку цієї форми господарювання, недосконалою є система фінансування та матеріально-технічного забезпечення становлення і розвитку малого бізнесу, невідпрацьованими залишаються правові й організаційні питання діяльності мікрофірм. Однією з найвагоміших перепон на шляху розвитку малого бізнесу є відсутність фінансових ресурсів для інвестиційного розвитку, а значить і сповільнення розвитку інвестиційних процесів, які є рушійною силою економічного зростання.

На недостатній розвиток малого підприємництва в Україні впливають такі мікроекономічні фактори як велика кількість необхідних дозвільних документів та складність їх отримання; недоступність через велику вартість кредитних ресурсів як для започаткування, так і для ведення бізнесу чи його відновлення; територіальні диспропорції, тобто концентрація малих підприємств довкола промислових центрів і майже відсутність їх у віддалених районах і селах; несприятлива податкова політика в частині начислення на заробітну плату, що призводить до значної тінізації в малому бізнесі; слаба консолідація підприємців для захисту від протиправних посягань нечистоплотних чиновників; слабкість інфраструктури підтримки малого підприємництва; недостатність професійних знань та досвіду тих, хто займається малим бізнесом [1].

Саме на ліквідацію цих негативних факторів направлені заходи Комплексної програми розвитку малого та середнього підприємництва у Полтавській області на 2017–2020 роки. В рамках реалізації цієї програми ведеться робота з активізації державної політики підтримки підприємницького сектору. На виконання заходів програми з обласного бюджету виділено 800,0 тис. грн, а в цілому фінансовий ресурс регіональних програм міст і районів на 2017 рік становив 1 480,0 тис. грн. Про активізацію розвитку підприємництва в регіоні свідчить показник обсягу реалізованої продукції малих і середніх підприємств, який зріс за рік на 30 % та становив 165,0 млрд грн, що в загальних обсягах становить 58,9 % (порівняно з 50,8 % у 2016 році). На основі позитивних показників розвитку суб'єктами підприємництва у 2017 році забезпечено надходжень до місцевих бюджетів області в сумі 5 442,8 млн грн, що порівняно з 2016 роком на 29,8% більше. У 2017 році за рахунок реалізації обласної та регіональних програм міст і районів, заходів обласної служби зайнятості, в регіоні створено 4 678 робочих місць порівняно з 2 860 у

попередньому році. У результаті чого у 2017 році надано фінансову підтримку на реалізацію 11 бізнес-проектів на загальну суму 467,5 тис. грн. Створено 30 нових робочих місць. Завдяки реалізації заходів обласної та регіональних програм розвитку малого та середнього підприємництва у 2017 році в містах і районах створено 487 робочих місць. Фінансово-кредитна підтримка малого бізнесу не достатньо налагоджена в районах, містах та ОТГ області через відсутність у більшості з них регіональних програм з відповідним фінансовим забезпеченням. Як наслідок, із 11 діючих фондів лише 3 фонди (Гадяцький, Решетилівський та Шишацький райони) забезпечили фінансування успішних бізнес-проектів на загальну суму 800 тис. грн. З метою підвищення поінформованості малого та середнього підприємництва з питань започаткування власної справи, бізнес-планування, застосування енергозберігаючих технологій та залучення фінансових ресурсів, можливості участі підприємств у державних закупівлях. Проведено 16 семінарів, тренінгів для навчання підприємств, внутрішньо переміщених осіб, ветеранів АТО, шкільної молоді. Навчанням охоплено 340 осіб. Фінансове забезпечення становило 42 тис. грн. Реалізація заходів Комплексної програми у 2017–2018 роках дає можливість підтримати найбільш важливі напрями розвитку підприємництва та створювати нові робочі місця [2].

Для розвитку малого підприємництва в регіоні доцільно активізувати діяльність Українського фонду підтримки підприємництва, сприяти розвитку регіональних фондів (відділень) для фінансової допомоги суб'єктам малого підприємництва; розробити чіткий механізм направлення певної частини коштів, отриманих від приватизації державного майна, на підтримку малих підприємств; створити систему гарантій для забезпечення кредитів, що надаються фінансово-кредитними установами суб'єктам малого підприємництва, які функціонують у пріоритетних напрямках господарської діяльності. І, безумовно, для зміцнення та подальшого розвитку позитивних тенденцій становлення малого підприємництва в Україні, сталого розширення «поля» його функціонування потрібна, перш за усе, певна активізація державної підтримки малого підприємництва, яка передбачала б кардинальне розширення інноваційної діяльності малого підприємництва, що нині було б на користь інтересам усіх сфер вітчизняної економіки [3].

Місцевій владі необхідно сприяти самозайнятості безробітних шляхом надання їм одноразової грошової допомоги для започаткування власної підприємницької діяльності; при перепідготовці та підвищенні кваліфікації безробітних особливу увагу слід приділяти професіям, що не тільки користуються попитом на ринку праці, але й дають змогу започаткувати власну справу; проводити семінари та курси підвищення кваліфікації для всіх бажаючих розпочати підприємницьку діяльність. Необхідно розробити механізми надання матеріальної допомоги малим підприємствам, що виробляють екологічно чисту продукцію сільського господарства, займаються її переробкою та експортом. Стимулювати проведення регіональних конкурсів

(тендерів) щодо закупівлі товарів та надання послуг малими підприємствами за кошти державних та місцевих бюджетів, а також участь підприємців у виконанні регіональних замовлень. Запровадити механізми державно-приватного партнерства у сфері підтримки малого підприємництва на місцевому рівні. Для інформаційного забезпечення малих підприємств та спрощення їх доступу до необхідної інформації сформувані у регіонах бази даних, які будуть нагромаджувати та впорядковувати інформацію щодо норм чинного законодавства України. Оптимізувати та прискорити процеси формування зовнішньоекономічного механізму інтеграції України у світові структури, як логічне завершення реформування соціально-економічного розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. Юрко І. В. Торговельне підприємництво : навч. посіб. / І. В. Юрко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 232 с.
2. Комплексна програма розвитку малого та середнього підприємництва у Полтавській області на 2017–2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.adm-pl.gov.ua/page/zvit-pro-vikonannya-u-2017-roci-zahodiv-kompleksnoyiprogrami-rozvitku-malogo-ta-serednogo-pidpr>. – Назва з екрану.
3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>. – Назва з екрану.

Янковська К.С.

*к.е.н., ст. викладач кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
м. Львів, Україна*

ПРОБЛЕМИ РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Аудит відіграє надзвичайно важливу роль в економіці країни, без нього майже неможливо прийняти правильні управлінські рішення, що дозволять в майбутньому ефективно вести бізнес. Тобто вчасно проведена аудиторська перевірка дозволяє об'єктивно оцінити діяльність підприємства, його фінансовий стан та розробити стратегічний план його розвитку.

Забезпечуючи довіру до підтвердженої фінансової інформації аудит є невід'ємним елементом супроводження управлінських процесів вітчизняних підприємств, важливою складовою підтримання їх життєвого циклу.

За останні роки аудит суттєво еволюціонував і зазнав істотних змін, а саме появились нові види послуг, стали жорсткіші умови щодо тестування аудиторів, що доводить актуальність даного дослідження.

Такі зміни були викликані у зв'язку з прийняттям нового Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [1], який має наблизити аудиторську діяльність в Україні до Європейської. Цей Закон

ґрунтується на положеннях Директиви 2006/43/ЄС та Регламенту 537/2014 і посилює вимоги до аудиту і процесу складання та оприлюднення фінансової звітності підприємств. Більшість підприємств повинні поряд з фінансовою звітністю надавати звіт про управління, який відображає стан та перспективи розвитку підприємства і розкриває основні ризики та чинники невизначеності щодо його діяльності. Це забезпечить прозорість діяльності бізнесу, що підвищить довіру зарубіжних інвесторів до українських підприємств.

Проте існує низка проблем, таких як ринок професійних послуг, якість таких послуг, ціноутворення на послуги з аудиту тощо.

Як вважає Редько О.Ю. реального попиту на аудит в країні наразі немає. Є штучно створений примусовий попит на обов'язковий аудит, визначений знову ж таки законом прямої дії, причому далеко не для всіх суб'єктів господарювання. Ініціативний аудит почав потроху набирати силу, але ще не в такому обсязі, коли замовник «ганяється за аудитором» [2, с.93]. Автор доводить, що певний попит все ж таки є, але він в рази менший за потенційну пропозицію.

Нові вимоги щодо контролю якості, аудиторських висновків, мінімальної кількості сертифікованих аудиторів, необхідних для проведення обов'язкового аудиту, швидше за все не сприятимуть підвищенню якості і прозорості надання аудиторських послуг, а спричинять додаткові витрати для аудиторських компаній і бізнесу, включаючи обов'язкові внески на фінансування діяльності нового регулятора і Аудиторської палати України.

Проблемою є і нерегульованість ціноутворення на аудиторські послуги вітчизняних суб'єктів аудиторської діяльності, які займаються аудитом професійно.

До проблемних питань можна віднести розробку та впровадження економічного механізму регулювання аудиту, що включає в себе великі штрафні санкції за неякісні аудиторські перевірки, страхування аудиторської відповідальності, розвиток цивілізованої конкуренції на ринку аудиторських послуг, а також повільний розвиток та впровадження професійних комп'ютерних програм, ІТ – аудит.

Щодо комп'ютеризації аудиту, то на сьогодні аудиторські фірми розробили і використовують спеціальні інформаційні системи, орієнтовані на внутрішню регламентацію аудиторської діяльності із застосуванням внутрішньофірмових стандартів. Застосування комп'ютерів суттєво впливає на здійснення контролю та аудиторських процедур. Проте потрібно розуміти, що контрольні функції є такими, які найважче автоматизувати. І тут аудиторам не варто відокремлювати фінансовий облік і аудит від нагляду за інформаційними системами, що генерують дані.

Також, на сьогодні не є до кінця врегульованими та зрозумілими питання стосовно страхування аудиторської діяльності та питання фінансування робіт із створення досконалої системи аудиту.

Аудит потребує відповідного регулювання, оскільки стає окремою складовою інфраструктури економіки країни. Для кращого розвитку та регулювання його в Україні потрібно створити оптимальну платформу діяльності аудиторських послуг, тобто підвищувати якість для привабливості клієнтів, не занижуючи ціни на послуги.

Забезпечити ефективну діяльність аудиторських послуг можна за рахунок заходів, що будуть спрямовані на правову, фінансову та професійну складову, для прикладу, в Україні аудит потребує ширшої реклами, серед потенційних замовників.

Не призведе до ефективного розвитку посилений контроль за здійсненням аудиторської діяльності, який здійснюватиметься не лише Аудиторською палатою України, а і спеціально створеним Органом суспільного нагляду за аудиторською діяльністю. За відсутності вибудованої роботи регулятора ринку може виникнути певний колапс, коли аудиторські компанії зіткнуться з безліччю питань про трактування тих чи інших норм закону і не зможуть отримати відповіді на них з боку уповноваженого державою органу.

Отже, підсумовуючи вище сказане, можна робити висновок, що на сьогодні в Україні аудит розвивається хоч і стрімко, але як і раніше потребує, кращого регулювання та змін, які наблизять аудиторську діяльність до європейського рівня.

Список використаних джерел

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 р. № 2258- VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>.
2. Редько О. Ю. Основні ілюзії щодо ринку аудиту в Україні. Статистика України. 2018. № 1. С. 93–97.

Яремченко Т. О.

*судовий експерт відділу товарознавчих та гемологічних досліджень
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр
МВС України, м. Полтава, Україна*

КЛАСИФІКАЦІЯ БАВОВНЯНИХ ПОШТУЧНИХ ВИРОБІВ

Сучасні текстильні вироби для дому, особливо поштучні вироби, відрізняються великою різноманітністю. Асортимент поштучних виробів, що виготовляється в Україні та надходить з-за кордону надзвичайно широкий, особливе місце в ньому займають бавовняні вироби. У сучасних умовах, коли дотримується основний принцип маркетингу – виробляти те, що продається, а не продавати те, що виробляється, – виробник орієнтується саме на споживача й вимоги, які ставляться ним до текстильних виробів. Слід зазначити, що на

сьогоднішній день основний акцент у експертних дослідженнях робиться на новизні, оригінальності, якості виготовленої продукції, повноті асортименту.

Поштучні вироби в загальновідомих класифікаціях відносяться до класу тканин і поштучних виробів, а в деяких до предметів домашнього текстилю. На сучасному етапі відомі різні класифікації поштучних виробів.

Стандартна класифікація тканин та поштучних виробів представлена у ДСТУ 3047-95 Тканини та вироби ткані поштучні [1]. Вся різноманітність видового та внутрішньовидового асортименту тканин та виробів тканих поштучних, які випускаються в різних галузях текстильної промисловості зведені до обмеженої кількості споживчих варіантів. Тканини та вироби ткані поштучні розділені на дев'ять основних груп [1]:

- 1) Тканини для одягу: костюмні; платтяні і платтяно-костюмні; сорочкові; плащові; пальтові; для спортивного одягу; докладні; підкладкові;
- 2) Білизняні і столові тканини: рушникові; корсетні і для натільної білизни; для постільної білизни; для скатерок; серветок;
- 3) Ковдрові тканини: для літніх ковдр; для байкових ковдр; для ковдр та пледів чистобавовняних, вовняних та напіввовняних;
- 4) Меблево-декоративні тканини: порт'єрні; меблеві; матрацні; для покривал; для килимів і доріжок;
- 5) Напірникові тканини;
- 6) Тканини для шезлонгів, тентів і чохлів;
- 7) Взуттєві тканини: для верху взуття; підкладкові тканини; хутро ткане для утеплення взуття;
- 8) Текстильно-галантерейні тканини: для носових хусточок; для шарфів і хусток; для головних уборів; для краваток; для парасольок;
- 9) Хутро ткане і плюш для іграшок.

Найбільш поширеною є торгова або преїскурантна класифікація [2], яка широко використовується у швейній промисловості при виборі матеріалів для виробів та при оформленні замовлень на поставку матеріалів. Торгова класифікація представлена в преїскурантах оптових та роздрібних цін на тканини та штучні вироби:

- № 030 – на бавовняні тканини і штучні вироби;
- № 032 – на вовняні;
- № 034 – на шовкові;
- № 036 – на лляні;
- № 031 – на неткані полотна;
- № 074 – на хутро штучне.

Згідно преїскурантної класифікації матеріали для виготовлення одягу поділяють на групи та підгрупи, які характеризуються великим переліком різноманітних ознак (назва, призначення, спосіб виготовлення, структура сировини, міцність тканини, лінійна міцність ниток, поверхнева густина та ін.).

Облікова класифікація представлена у державному класифікаторі продукції та послуг (ДКПП) [3]. У ДКПП бавовняні поштучні вироби згруповані:

- секція С «Продукція переробної промисловості»;
- розділ 13 «Вироби текстильні»;
- група 13.9 «Вироби текстильні, інші»;
- клас 13.92 «Вироби текстильні готові, крім одягу»;
- категорія 13.92.1 «Вироби текстильні готові для домашнього господарства»;
- підкатегорія 13.92.14 «Білизна туалетна та кухонна»;
- тип:
 - 13.92.14-30.00 «Білизна туалетна та кухонна, з махрових тканин на рушники й подібного махрового полотна, з бавовни»;
 - 13.92.14-50.00 «Білизна туалетна та кухонна, з текстилю (крім махрових тканин на рушники й подібного махрового полотна з бавовни)».

Крім того, в Україні має місце система національних класифікацій, яку розроблено на виконання постанови Кабінету Міністрів України від 04.05.93 р. № 326 «Про Концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку і статистики» [5]. Система національних класифікацій забезпечує єдину інтерпретацію національних класифікацій з міжнародними, стандартизацію термінів, визначень, пояснень.

На першому етапі, була проведена класифікація бавовняних поштучних виробів за класифікацією індивідуального споживання за цілями (далі по тексту – КІСЦ) [5]. Кодове позначення бавовняних поштучних виробів в КІСЦ наступне:

- розділ 05 «Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла»;
- група 05.2 «Домашній текстиль»;
- клас 05.2.1 «Домашній текстиль (SD)»;
- категорія 05.2.1.1 «Домашній текстиль - оздоблювальні тканини, штори, подвійні штори, фіранки та жалюзі з тканини - постільні речі: матраци, перини, валики та гамаки - постільна білизна: простирадла, наволочки, ковдри, дорожні пледи, пухові стьобані ковдри, стьобані покривала на ліжка та сітки проти комарів (москітів) - білизна для столових та ванних кімнат: скатертини, серветки, рушники для рук та обличчя; - інший домашній текстиль: господарчі сумки, сумки для білизни, сумки для взуття, чохли для одягу та меблів, прапори, тенти тощо - ремонт домашнього текстилю».

Наступною була проаналізована статистична класифікація продукції (далі по тексту – СКП), яка установлює основи для розроблення та поширення статистичної інформації за видами продукції (товарів або послуг). Кодове позначення бавовняних поштучних виробів в СКП наступне:

- секція С «Продукція переробної промисловості»;

- розділ 13 «Текстиль»;
- група 13.9 «Вироби текстильні інші»;
- клас 13.92 «Вироби текстильні готові домашнього призначення»;
- підкатегорія:
 - 13.92.11 «Ковдри та пледи дорожні, крім електроковдр»;
 - 13.92.12 «Білизна постільна»;
 - 13.92.13 «Білизна столова»;
 - 13.92.14 «Білизна туалетна та кухонна»;
 - 13.92.15 «Занавіски (у т.ч. драпіровка) та штори для інтер'єру; занавіски та підзори для ліжок»;
 - 13.92.16 «Вироби меблево-декоративні, н.в.і.у.; набори тканин і пряжі для виготовлення килимів, пледів, гобеленів і виробів подібних».

Далі була вивчена класифікація бавовняних поштучних виробів за номенклатурою продукції промисловості (далі по тексту – НПП) []. Цифровий код для утворення класифікаційних угруповань бавовняних поштучних виробів у НПП має такий вигляд:

- розділ 13 «Текстиль»;
- клас 13.92 «Вироби текстильні готові, крім одягу»;
- підкатегорія 13.92.14 «Білизна туалетна та кухонна»;
- типи:
 - 13.92.14.30 «Білизна туалетна та кухонна з тканин махрових для рушників або аналогічних махрових тканин з бавовни»;
 - 13.92.14.50 «Білизна туалетна та кухонна тканина з матеріалів текстильних (крім білизни з тканин махрових для рушників або тканин махрових подібних з бавовни)»;
 - 13.92.14.70 «Білизна туалетна та кухонна неткана з волокон штучних і синтетичних».

Проаналізовані класифікатори дали можливість упорядкувати бавовняні поштучні вироби на основі певних ознак, розподілити їх на класи і дрібніші підрозділи, незалежні один від одного, або такі, що перебувають у логічній послідовності і підпорядкованості.

Список використаної літератури

1. ДСТУ 3047-95 Тканини та вироби ткані поштучні. Класифікація та номенклатура показників якості. Київ, 1997. 62 с.
2. Бузов Б.А., Модестова Т.А., Алыменкова Н.Д. Материаловедение швейного производства Москва, 1986. 424 с.
3. Державний класифікатор продукції та послуг: ДК 016:2010: прийнято та надано чинності наказом Держспоживстандарт України № 457 від 11.10.2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/326-93-%D0%BF>.
4. Про Концепцію побудови національної статистики України та Державну програму переходу на міжнародну систему обліку і статистики: Постанова Кабінету Міністрів України від 04.05.1993 №326 // База даних

«Законодавство України» / ВР України. Режим доступу:
<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/326-93-%D0%BF>.

5. Класифікація індивідуального споживання за цілями / Державна Служба Статистики України. Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_kisc_2016.htm.

6. Статистична класифікація продукції / Державна Служба Статистики України. Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_skr_2016.htm.

7. Номенклатура продукції промисловості / Державна Служба Статистики України. Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/op_npp_2016.htm.