

**МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ
ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ**

**УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА**

ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ

присвячений 210 річниці від дня народження директора
Головного училища садівництва, професора
Олександра Давидовича Нордмана

Частина IV

ЕКОНОМІЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ

Умань – 2013

УДК 63 (06)

Збірник студентських наукових праць Уманського національного університету садівництва – / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. – Умань: 2013. – Ч. IV: Економічні та гуманітарні науки. – 292 с.

У збірнику висвітлено результати наукових досліджень, проведених студентами Уманського національного університету садівництва.

Редакційна колегія:

О.О. Непочатенко – доктор техн. наук (*відповідальний редактор*);
В.П. Карпенко – доктор с.-г. наук; (*заступник відповідального редактора*);
А.Ф. Балабак – доктор с.-г. наук; Г.М. Господаренко – доктор с.-г. наук;
З.М. Грицаєнко – доктор с.-г. наук; В.О. Єщенко – доктор с.-г. наук;
В.В. Заморський – доктор с.-г. наук; О.І. Зінченко – доктор с.-г. наук;
П.Г. Копитко – доктор с.-г. наук; Т.Є. Кучеренко – доктор економ. наук;
В.І. Лихацький – доктор с.-г. наук; О.В. Мельник – доктор с.-г. наук;
Ю.О. Нестерчук – доктор економ. наук; Н.М. Осокіна – доктор с.-г. наук;
Ф.М. Парій – доктор біол. наук; Л.О. Рябовол – доктор с.-г. наук;
А.Ю. Токар – доктор с.-г. наук; О.О. Шкільний – доктор економ. наук;
В.С. Уланчук – доктор економ. наук; О.І. Улянич – доктор с.-г. наук;
І.А. Бутило – кандидат економ. наук; Ю.О. Величко – кандидат с.-г. наук;
І.В. Крикунов – кандидат с.-г. наук; Н.С. Мамелюк – кандидат пед. наук;
І.В. Прокопчук – кандидат с.-г. наук; О.В. Ролінський – кандидат економ. наук;
С.П. Полторецький – кандидат с.-г. наук (*відповідальний секретар*).

Рекомендовано до друку Вченою радою УНУС,
протокол № 6 від 23 квітня 2013 року.

Адреса редакції:

м. Умань, Черкаської області, вул. Інститутська, 1
Уманський національний університет садівництва, тел.: 4-69-87

© Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, 2013

ЗМІСТ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

<i>А.В. Адаменко</i>	СОБІВАРТІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ.....	13
<i>М.В. Баранова</i>	РОЗВ'ЯЗОК ЗАДАЧ АУДИТУ МАРКЕТИНГУ ЗАСОБАМИ ПАКЕТУ ПРИКЛАДНИХ ПРОГРАМ MARKETING EXPERT.	15
<i>М.В. Баранова</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	16
<i>Н.І. Басараб</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	18
<i>О.С. Басараб</i>	ПРИБУТКОВІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	19
<i>В.Ю. Безкоровайний</i>	УКРАЇНА ТА ЇЇ МІСЦЕ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА.....	21
<i>Т.В. Білик</i>	УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ.....	23
<i>А.П. Бовкун</i>	МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА КУКУРУДЗИ.....	24
<i>Н.С. Бойко</i>	ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	26
<i>С.М. Бойко</i>	МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	27
<i>М.О. Бойченко</i>	ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: СУТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ЗБІЛЬШЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ КАТЕРИНОПІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	29
<i>К.І. Бондар</i>	СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА.....	30
<i>Л.І. Бондаренко</i>	БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ.....	31
<i>В.В. Брожина</i>	ПОКРАЩЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ.....	33
<i>К.В. Бурлака</i>	ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	34
<i>О.Ю. Варварук</i>	ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД НЕПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ..	37
<i>Т.А. Вахоцька</i>	УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ВАТ «УМАНЬПИВО» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	39

<i>Я.С. Вдовиченко</i>	ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	40
<i>М. Верзун</i>	ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	42
<i>І.М. Видайко</i>	ТЕНДЕНЦІЇ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ.....	43
<i>В.С. Вишнева</i>	НЕДОЛІКИ ВІТЧИЗНЯНОЇ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СИСТЕМИ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТІВ.....	45
<i>Я.М. Вовк</i>	СУТНІСТЬ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ.....	46
<i>Я.М. Вовк</i>	УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	47
<i>О.Ю. Вовченко</i>	АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	49
<i>В.В. Волос</i>	ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ЙОГО ФОРМУЮТЬ.....	50
<i>М.В. В'ялова</i>	КЛАСИФІКАЦІЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ТА ЇХ ЕКВІВАЛЕНТІВ ДЛЯ ПОТРЕБ ОБЛІКУ.....	52
<i>О.П. Гаврилюк</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ НЕПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ.....	53
<i>Т.О. Гавріленко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР.....	55
<i>О.Ю. Гайда</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ.....	56
<i>А.М. Галак</i>	АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	58
<i>І.О. Галімон</i>	ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	59
<i>Л.В. Гацанюк</i>	ОБЛІК НАДХОДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ДП «РОДНИКІВКА» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	61
<i>В.І. Гоменюк</i>	ВИБІР ФОРМАТІВ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ.....	63
<i>А.Ю. Гончарук</i>	ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В ПП «ШАНС» ЖАШКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	64

<i>Д.А. Дарій</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.	66
<i>Г.В. Деркач</i>	ПРОБЛЕМИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	68
<i>А.І. Дембовська</i>	ПРАВИЛА ВИКОРИСТАННЯ ЛІТІСВИХ АКУМУЛЯТОРІВ: ВІДОКРЕМЛЮЄМО ПРАВДУ ВІД МІФІВ.....	70
<i>О.О. Деченко</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	72
<i>О.Г. Джурасєв</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	74
<i>О.С. Довгошея</i>	ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ.....	75
<i>А.В. Дубова</i>	ВНУТРІШНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ.	77
<i>А.Ю. Дубова</i>	ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....	79
<i>А.В. Дубова</i>	ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	80
<i>Є.С. Дубчак</i>	ВПЛИВ ПДВ НА ФІНАНСОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	83
<i>М.В. Євчак</i>	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗЕМЕЛЬНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	85
<i>С.І. Жмуденко</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТІВ.....	86
<i>І.В. Заболотня</i>	МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	89
<i>В.Ю. Заводяна</i>	ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ В ПСП «НИВА» ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	90
<i>І.В. Загоруйко</i>	ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ.....	92
<i>К.Ю. Задорожна</i>	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	93
<i>С.О. Закернична</i>	МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНІХ ВЛАСНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	95
<i>С.О. Закернична</i>	УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ.....	97
<i>С.П. Іванов</i>	ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	98

<i>Т.О. Каїбова</i>	ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ.....	100
<i>Т.О. Какарук</i>	АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....	101
<i>О.В. Козут</i>	СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	103
<i>І.А. Коваль</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА КРУП'ЯНИХ КУЛЬТУР В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ БЕРШАДСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	105
<i>С.М. Ковальова</i>	АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В СФГ «ФОМЕНКА Є.В.» КІРОВОГРАДСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	106
<i>М.Ю. Кодола</i>	ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕХАНІЗМУ СПРАВЛЯННЯ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ.....	107
<i>Ю.В. Коноваленко</i>	ІНФОРМАЦІЯ, ЇЇ РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	109
<i>Ю.В. Коноваленко</i>	ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ.....	111
<i>Ю.М. Коваленко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «УКРАГРО-МЕТПРОМ» М. УМАНЬ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	113
<i>Н.С. Коновалова</i>	ОБЛІК ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ.....	114
<i>В.О. Коропець</i>	СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	116
<i>О.С. Коршениук</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У ФГ «НАДІЯ-С» ГОЛОВАНІВСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	118
<i>Ю.О. Котлярова</i>	ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЙНОВОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	120
<i>О.І. Котолуп</i>	ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ПРИБУТКОВОГО ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ВІЛЬШАНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	122
<i>О.О. Кривонос</i>	МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	123
<i>М.В. Крїт</i>	ГРОШОВІ ПОТОКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	125

<i>Т.О. Круглова</i>	СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ВИТРАТИ» ТА МЕТОДИ ЇХ ОБЛІКУ Й КАЛЬКУЛЮВАННЯ.....	127
<i>Т.В. Кубко</i>	ПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	129
<i>М.М. Кудрявцев</i>	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ.....	130
<i>Я.А. Кулик</i>	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	132
<i>І.І. Кулинич</i>	АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	133
<i>Д.І. Купріянець</i>	ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ	135
<i>С.В. Куруч</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ БАЛТСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	136
<i>А.М. Куц</i>	АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АУДИТУ...	138
<i>К.В. Кучеренко</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ В РОСЛИННИЦТВІ.....	139
<i>О.В. Лазарчук</i>	ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ.....	141
<i>О.Ф. Лиса</i>	АУДИТ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА.....	142
<i>А.Ю. Лівий</i>	АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОЩУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ.....	143
<i>А.Ю. Лівий</i>	ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	145
<i>Т.П. Любінська</i>	ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	146
<i>С.О. Мазуркевич</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	148
<i>О.В. Майстер</i>	МЕТОДИКА ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	150

<i>К.С. Макарчук</i>	ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	152
<i>Н.П. Матвійчук</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	153
<i>Н.П. Матвійчук</i>	РОЗВ'ЯЗОК ЗАДАЧ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗАСОБАМИ ПАКЕТУ ПРИКЛАДНИХ ПРОГРАМ MARKETING EXPERT.....	155
<i>Ж.О. Мельник</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	156
<i>О.В. Мельниченко</i>	МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ.....	158
<i>Я.В. Мельничук</i>	ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПАТ «УМАНСЬКИЙ ЗАВОД «МЕГОММЕТР».....	160
<i>Є.А. Михайловин</i>	ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ	161
<i>А.М. Мосендз</i>	ОСОБЛИВОСТІ АГРОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	163
<i>О.О. Московчук</i>	ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	165
<i>І.В. Мотуз</i>	ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ ПЛАТИ ЗА ЗЕМЛЮ..	166
<i>Ю.Ю. Мудрагель</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НАПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	167
<i>А.В. Науменко</i>	МЕТОДИКА І ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	168
<i>Є.В. Нестерчук</i>	МЕТОДИКА АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	170
<i>Н.В. Нижник</i>	ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	171
<i>К.С. Нікітченко</i>	ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОРЯДКУ НАРАХУВАННЯ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ.....	173
<i>В.О. Нуменко</i>	СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ.....	175
<i>Л.П. Павлова</i>	СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СПРАВЛЯННЯ ПДВ.....	176
<i>М.О. Палій</i>	ПРОБЛЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ В УКРАЇНІ..	178
<i>В.О. Панасюк</i>	ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ.....	179
<i>В.В. Панчішко</i>	АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	181
<i>В.О. Пасека</i>	ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ – НАЙВАЖЛИВІШЕ ЗАВДАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	182

<i>Т.М. Перекос</i>	ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА ЯК ОСНОВА ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	184
<i>М.В. Пилипюшина</i>	ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ФІКСОВАНИМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПОДАТКОМ.....	185
<i>Є.В. Подолян</i>	НЕДОЛІКИ МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	187
<i>Я.А. Подрез</i>	ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНКИ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	188
<i>Л.Ю. Поліщук</i>	МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	189
<i>Л.Ю. Поліщук</i>	НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ.....	191
<i>І.В. Половий</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ.....	193
<i>В.В. Приступа</i>	СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ.....	194
<i>А.М. Притула</i>	СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ.....	196
<i>С.В. Провоторов</i>	СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СПРАВЛЯННЯ ПЛАТИ ЗА ОРЕНДУ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ ДЕРЖАВНОЇ ТА КОМУНАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	198
<i>О.В. Раєвська</i>	ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ І ШЛЯХІВ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	200
<i>Д.С. Рикова</i>	ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВ В УОВАХ ЇХ ДФЦИТУ.....	201
<i>Р.І. Романенко</i>	ОЦІНКА, АНАЛІЗ ТА ШЛЯХИ ОЗДОРОВЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	203
<i>В.С. Рябокучма</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФГ «ОЛЕНА» ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	205
<i>І.А. Свистун</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА УКРАЇНИ.....	206
<i>Б.І. Семчук</i>	СУЧАСНИЙ СТАН ВИРОБНИЦТВА І ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ.....	207
<i>А.С. Серєда</i>	МАРКЕТИНГ КОРЕНІВ ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	209
<i>І.Ю. Скляренко</i>	ДОХОДИ БЮДЖЕТУ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО ФІНАНСОВОЇ САМОДОСТАТНОСТІ....	210

<i>О.О. Смілянець</i>	ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	211
<i>Д.О. Снітковський</i>	ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ.....	213
<i>І.С. Сопільняк</i>	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	214
<i>Д.В. Сорока</i>	ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕСУРСНОГО ОПОДАТКУВАННЯ.....	216
<i>Я.С. Сорокіна</i>	ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	217
<i>Д.М. Сплавська</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ПРИ РІЗНИХ СПОСОБАХ УТРИМАННЯ КОРІВ І ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ У ПІДПРИЄМСТВАХ ТРОСТЯНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	220
<i>А.Г. Стасюк</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПО- ДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	222
<i>Л.В. Стиранко</i>	ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА. СУТЬ, ФОРМИ, ТА ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ.....	223
<i>В.М. Стражнюк</i>	ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОБЕЗАЛКОГОЛЬНОЇ ПІДГАЛУЗІ.....	225
<i>В.В. Струць</i>	МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НА РИНКУ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	227
<i>В.І. Таран</i>	ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР В ТОВ «УСТЯ» БЕРШАДСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	228
<i>В.І. Таран</i>	ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ.....	230
<i>А.А. Табачник</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЗА СПЕЦРЕЖИМОМ ОПОДАТКУВАННЯ.....	232
<i>О.Е. Терлецький</i>	НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИС- ТАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	233
<i>Ю.О. Ткаченко</i>	ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	235
<i>В.І. Тодоренко</i>	СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ В ДП «РОДНИКІВКА».....	237
<i>О.В. Трут</i>	АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ ТАЛЬНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	240

<i>О.В. Трушков</i>	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	241
<i>Ю.П. Турченко</i>	ТОВАРНО-ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПАТ «УМАНЬФЕРММАШ» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	243
<i>О.В. Турчина</i>	ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ.....	244
<i>М.М. Уманець</i>	ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ОРГАНІЗОВАНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ.....	246
<i>Ю.П. Уманська</i>	ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СТАНУ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ.....	248
<i>С.Р. Уразматов</i>	ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.....	249
<i>В.М. Фещук</i>	СОБІВАРТІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ.....	251
<i>Т.О. Філіпова</i>	ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	253
<i>А.В. Філіпчук</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ.....	254
<i>О. Харахордіна</i>	СУТНІСТЬ ТА УМОВИ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ..	255
<i>Ю.О. Царьова</i>	РИНОК МОЛОКА І НАПРЯМКИ ЙОГО НАПОВНЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЙ- ВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ...	257
<i>Л.І. Циліорик</i>	СУЧАСНИЙ СТАН ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ.....	260
<i>С.А. Чекалюк</i>	СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТА ФІНАНСУВАННЯ ВИТРАТ ВІТЧИЗНЯНИХ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	261
<i>А.А. Чернега</i>	МАРКЕТИНГ ЗЕРНА КРУП'ЯНИХ КУЛЬТУР В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	263
<i>О.О. Чорна</i>	УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ В ПП «ОРІЄНТИР-АГРО-Б» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	264
<i>В.Г. Чубаров</i>	СУТНІСТЬ, НАПРЯМИ ТА СПЕЦИФІЧНІ РИСИ КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....	266
<i>В.Г. Чубаров</i>	ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ....	268
<i>Т.В. Шауренко</i>	ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	270
<i>В.В. Швець</i>	ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ДЕМЕТРА- АГРО» м. БІЛА ЦЕРКВА КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	271

<i>О.І. Шуляк</i>	ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	273
<i>О.В. Шутило</i>	ПЛАТА ЗА ЗЕМЛЮ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ.....	274
<i>Е.В. Щербакова</i>	ОСОБЛИВОСТІ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	276
<i>Е.В. Щербакова</i>	ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	278
<i>Т.В. Юрченко</i>	ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	280
<i>Л.Л. Янчук</i>	СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ.....	281
<i>В.В. Ясінська</i>	ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	283
<i>А.Л. Ястремська</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ЗЕРНА В СІЛЬСЬКОГОСПО- ДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАЩИНИ.....	284
<i>В.М. Ястремський</i>	ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «УМАНЬФЕРММАШ».....	286
<i>О.В. Яценко</i>	ОПЛАТА ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	287

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

СОБІВАРТІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМКІВ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ

А.В. АДАМЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЖАРУН О. В.

Тваринництво є важливою галуззю сільського господарства, що дає більше половини його валової продукції. М'ясо, молоко, яйця представляють основні продукти харчування населення і є головними джерелами постачання незамінного білка. Без них неможливо забезпечити високий рівень харчування. Тваринництво дає цінні види сировини для промисловості: шерсть, шкіру, смушки і т. п. Розвиток тваринницьких галузей дозволяє продуктивно використовувати в сільському господарстві трудові та матеріальні ресурси протягом року. У галузях тваринництва споживаються відходи рослинництва, створюються цінні органічні добрива – гній.

Основним показником, що характеризує рівень витрат на виробництво продукції чи результати виробничо-господарської діяльності підприємства і його структурних підрозділів є собівартість продукції, яка охоплює всі сфери діяльності підприємства. Собівартість продукції є важливим узагальнюючим показником, який характеризує ефективність роботи підприємства. Чим краще працює підприємство, чим економніше воно використовує власні ресурси, чим успішніше удосконалює свою техніку, тим нижчою буде собівартість виготовленої продукції.

Собівартість продукції включає спожиті засоби виробництва за фактичними цінами, а затрати живої праці – в розмірі її фактичної оплати. Ці витрати окремого підприємства, як правило, не збігаються з суспільними витратами виробництва.

Собівартість продукції є госпрозрахунковою категорією, включає тільки ті витрати, які фактично несуть сільськогосподарські підприємства. Вона визначає рівень витрат на одиницю сільськогосподарської продукції і дає змогу об'єктивно оцінювати ефективність виробництва в конкретних умовах господарювання.

Собівартість як економічна категорія проявляється в показнику індивідуальної собівартості продукції підприємства, а узагальнений її вираз – у показнику собівартості продукції галузі. На підставі цього розрізняють собівартість індивідуальну і галузеву. Індивідуальна відображає витрати окремого підприємства. Галузева розраховується як середньозважена величина індивідуальних витрат підприємств.

Зниження собівартості продукції — одна з основних джерел накопичень, забезпечення розширеного виробництва з урахуванням прискорення науково-технічного прогресу у всіх галузях сільськогосподарського виробництва.

При обґрунтуванні шляхів зниження собівартості сільськогосподарської продукції, насамперед, потрібно пам'ятати, що з підвищенням продуктивності тварин знижується собівартість. Отже, фактори, що зумовлюють таке підвищення, можна розглядати як фактори зниження собівартості сільськогосподарської продукції. Серед них особливе значення мають:

- впровадження у виробництво кращих порід тварин, дотримання всіх вимог і передових способів утримання тварин;
- зміцнення кормової бази тваринництва, дотримання зоотехнічних вимог при складанні раціонів щодо збалансованості протеїном, мінеральними речовинами, іншими поживними компонентами;
- удосконалення галузевої структури підприємств з орієнтацією на вимоги ринку,

досягнення при цьому раціональної концентрації виробництва, що забезпечує краще використання ресурсів, більш швидке запровадження досягнень науки, техніки, передової практики.

Шляхів зниження собівартості продукції є чимало – використання менш дорогих матеріалів, вдосконалення процесу виробництва, автоматизації робочих місць та скорочення кількості працюючих, кооперація з іншими підприємствами, які можуть виготовляти ті чи інші складові за меншими цінами тощо. Однак існує чимало проблем пов'язаних з цим. Так, зменшення витрат на придбання якісних матеріалів та заміна більш дешевими може призвести до пониження якості кінцевого продукту, а це може негативно відбитися на реалізації продукції. Зменшення кількості працівників і автоматизація виробництва вимагає на перших етапах чималі капіталовкладення тощо.

Для зниження собівартості продукції тваринництва потрібно підвищити її ефективність. Основними чинниками, які забезпечують зниження собівартості виробництва продукції тваринництва на підприємстві будь-якої форми власності, є підвищення продуктивності сільськогосподарських тварин і птиці, зниження матеріально-грошових затрат з розрахунку на одну голову. З усіх чинників зовнішнього середовища, що впливають на рівень продуктивності тварин і птиці, найбільше має їх годівля, рівень впливу якої становить 50-60%. Достатня і повноцінна годівля тварин і птиці – основа стабільності й зростання продуктивності.

Розв'язання цього завдання можливе на основі досягнень науково-технічного прогресу, впровадження прогресивних технологій кормовиробництва і раціональних форм організації праці. Система годівлі, її повноцінність вимагають не лише достатньої кількості кормів і збалансованого раціону за поживними речовинами, а й економічного обґрунтування типів годівлі. Для кожного виду тварин обумовлено певний тип годівлі – це співвідношення різних видів кормів у раціоні. Залежно від зони може бути корм силосний, концентратний, силосно-коренеплідний, силосно-сінний, силосно-сінажний, силосно-сінажно-концентратний.

Економічне значення типу годівлі полягає насамперед у тому, що він вміщує біологічно допустимі норми різних за вартістю видів кормів у раціоні. Наприклад, для корів з продуктивністю 4000 кг молока на рік збалансований раціон може складатися з 15% соковитих, 5% коренеплодів, 20% сіна й інших

грубих, 35% зелених і 25% концентрованих кормів. У зв'язку з цим кожна кормова одиниця повинна мати не менше 110 г перетравного протеїну. Лише за цієї умови затрати корму в розрахунку на 1 ц молока можуть становити 1,1-1,3 ц кормових одиниць.

З розширенням асортименту кормів у раціонах і особливо зі збільшенням у них частки дорогих комбікормів собівартість кормової одиниці може значно зрости. Однак подорожчання, спричинене поліпшенням біологічної цінності кормів, позитивно впливає на продуктивність тварин, їх вартість, легко окуповується додатково отриманою продукцією.

Важливим чинником, що впливає на кінцеві результати молочних ферм, є раціональна система відтворення стада, поліпшення його породного складу та ліквідація яловості корів. Унаслідок яловості продуктивність корови знижується на 30-35%, зменшується вихід телят і зростають непродуктивні витрати. Наукові дослідження засвідчують, що за збільшення виходу телят на 100 корів з 80 до 90 голів продуктивність основного стада зростає на 10%. Яловість корів можна знизити внаслідок поліпшення системи відтворення молочного стада й удосконаленням племінної роботи, раціональної годівлі та догляду за тваринами. Досвід підтверджує, що молочне поголів'я стає продуктивнішим, якщо основне стадо щорічно поповнювати не менше ніж на 25 первісток з розрахунку на 100 корів. Це дасть змогу перевірити їх продуктивність і вибракувати низькопродуктивних тварин. Недоцільно утримувати корови віком понад 10 років, оскільки їх молочна продуктивність і абсолютна кількість жиру в молоці після п'ятого- шостого отелення знижується.

Для укомплектування основного стада підприємства необхідно придбати тварин з високим генетичним потенціалом, здатних для промислової технології виробництва молока, які мають продуктивність і м'ясні якості, високу життєздатність молодняку. Найповніше цим

вимогам відповідають тварини чорно-рябої породи. Окупність кормів у цієї породи тварин на 25–30% вища від інших.

Підвищити продуктивність молочного стада можна внаслідок планування рівномірності отелень. Доведено практикою, що корови осінньо-зимових отелень мають вирівнянішу лактаційну криву, і від них одержують молока на 400-600 кг більше, ніж від корів літніх отелень.

Певною мірою можна підвищити ефективність скотарства через поліпшення якості продукції. Підвищення вмісту жиру в молоці на 0,1% понад основний (базова жирність) рівнозначне підвищенню продуктивності стада корів на 2,8%. Ціни на молоко, реалізоване другим сортом, на 7%, а на несортове – на 20% нижчі, ніж на молоко першого сорту. Молоко, що відповідає стандартам першого сорту, повинно містити в середньому 3,4% жиру, 3,3% білка і 4,7% молочного цукру, а також мати

Неабияке значення у підвищенні ефективності скотарства мають концентрація та спеціалізація виробництва. Вони сприяють застосуванню індустріальних методів виробництва і впровадженню прогресивних технологій. Широка індустріалізація тваринництва на основі машинної технології з високим рівнем комплексної механізації й автоматизації всіх виробничих процесів не лише сприяє збільшенню виробництва продукції та підвищенню економічної ефективності галузі, а й поліпшенню умов праці. Характер праці тваринників змінюється, вона набуває вузької спеціалізації та високої кваліфікації, що значно підвищує її продуктивність.

РОЗВ'ЯЗОК ЗАДАЧ АУДИТУ МАРКЕТИНГУ ЗАСОБАМИ ПАКЕТУ ПРИКЛАДНИХ ПРОГРАМ MARKETING EXPERT

**М.В. БАРАНОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач КУТКОВЕЦЬКА Т.О.**

Програма Marketing Expert призначена для проведення маркетингового аналізу.

Стратегічне планування маркетингу починається з аудиту. Аудит маркетингу в свою чергу починається зі створення за допомогою інструментальних засобів програми Карти ринку, на якій розташовуються структурні елементи компанії (відділи, канали збуту), зовнішні сегменти ринку (території, товарні групи, цільові групи споживачів, конкуренти) і заходи маркетингу з Marketing Mix, визначені для конкретних сегментів. Вводячи Карту ринку, користувач тим самим сегментує ринок і визначає основні цільові групи споживачів, тобто здійснює перший крок в аудиті маркетингу.

Об'єкти Карти ринку поєднуються між собою зв'язками, що створюють чітку деревоподібну структуру моделі компанії, яка оперує на декількох ринках, має розгалужену збутову мережу і проводить певні заходи для конкретних сегментів. На кожний вузол (об'єкт) дерева можна ввести інформацію про продажі визначених товарів по визначених цінах і з визначеними знижками, а також задати структуру і ввести інформацію про витрати маркетингу (операційні і торгово-адміністративні) саме для цього об'єкта. Це дає можливість проводити раціональний фінансовий розрахунок (прибутки від продажів – витрати) для будь-якого об'єкта Карти ринку, тобто проводити так званий сегментний аналіз прибутковості, що є одним з основних елементів аудиту маркетингу. При цьому результати розрахунку на окремих вузлах дерева збираються і підсумовуються вверх по дереву до вершини, якою є сама компанія.

Дуже важливо, що інструментальні засоби програми дозволяють швидко перебудувати структуру об'єктів Карти ринку (ввести нові сегменти для аналізу, перенести інформацію зі старих і т.д.). Це дає можливість аналізувати різноманітні варіанти сегментування ринку, збутової структури компанії або заходів із Marketing Mix.

Після проведення сегментного аналізу прибутковості користувач одержує значення доходу і прибутку по будь-якому сегменту ринку, структурному підрозділу компанії або

може оцінити ефективність конкретних заходів із Marketing Mix. В результаті користувач одержує можливість порівняльного аналізу сегментів по цих критеріях. Marketing Expert за допомогою спеціальних діалогових вікон дає можливість користувачу проводити багатокритеріальний порівняльний аналіз об'єктів Карти ринку по 20 темах, в які автоматично включаються дані по доходу і прибутку. Інші критерії можуть носити характер експертних оцінок і є інтегральними, тобто кожний критерій складається у свою чергу з необмеженого числа підкритеріїв. В результаті такого багатокритеріального порівняльного аналізу відбувається оптимальний розподіл ресурсів (бюджету) між сегментами ринку або структурними підрозділами компанії.

Спеціальним видом експертного порівняльного аналізу є так званий SWOT-аналіз, у якому експерт оцінює свою компанію і найближчих конкурентів по Ключових Факторах Успіху, що визначають переваги з погляду покупця. Marketing Expert містить спеціальний діалог для проведення SWOT-аналізу і друку його результатів.

Важливим елементом аудиту маркетингу є аналіз портфеля продукції компанії і сегментів ринку за допомогою матричних моделей Portfolio-аналізу. Результати SWOT-аналізу в сукупності з експертною оцінкою критерію привабливості сегмента ринку дозволяють побудувати матричну модель GEM, призначену для оцінки конкурентоздатності (сили бізнесу) і привабливості на конкретних сегментах ринку. Також по темпах росту конкретних сегментів ринку, що обчислюються, і по відносній частці ринку програма дозволяє побудувати матричну модель BCG, призначену, насамперед, для оцінки портфеля товарів компанії. Marketing Expert містить спеціальне діалогове вікно для відображення цих матриць, настроювання їх параметрів і друку.

Таким чином, програма Marketing Expert автоматизує роботу маркетолога. Вона містить необхідні інструментальні засоби як для проведення стандартних процедур аудиту маркетингу, так і деякі специфічні засоби (наприклад, процедура багатокритеріального порівняльного аналізу сегментів), які не описані в спеціальній літературі і які є авторськими винаходами творців програми.

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

**М.В. БАРАНОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРТНИК Т.І.**

У сучасних умовах функціонування та розвитку української економіки в цілому та промисловості зокрема одним із життєво важливих факторів є знання та застосування парадигми маркетингу, яка дає змогу промисловому підприємству зайняти та утримати достатню частку внутрішнього та міжнародного ринку, сформувані у споживачів позитивне ставлення до себе і отримати головний результат діяльності будь-якого підприємства – високий рівень прибутку за відносно низького рівня витрат.

Організація маркетингу — це структура управління маркетинговими функціями, яка встановлює підпорядкованість і відповідальність за реалізацію поставлених цілей і виконання завдань.

Організація маркетингу передбачає:

- побудову та вдосконалення структури управління маркетингом;
- добір фахівців з маркетингу належної кваліфікації;
- розподіл завдань, прав і відповідальності серед працівників маркетингових служб;
- створення належних умов для ефективної роботи маркетингового персоналу;
- забезпечення ефективної взаємодії маркетингової служби з іншими службами фірми.

Функції маркетингу виконує служба маркетингу, яка може мати різну організаційну структуру: функціональну, регіональну, товарну, ринкову та різноманітні їх комбінації.

Функціональна організація служби маркетингу передбачає розподіл обов'язків між

структурними підрозділами за окремими функціями маркетингової діяльності

Функціональна організація служби маркетингу є найпоширенішою та найпростішою, проте її ефективність знижується із зростанням товарного асортименту та розширенням кількості ринків збуту. При такій організації маркетингу відсутня особа, яка відповідає за маркетинг окремих товарів загалом чи маркетингову діяльність на окремих ринках.

Регіональна організація служби маркетингу застосовується у компаніях, які працюють на широких географічних ринках. Вона передбачає створення підрозділів, що займаються маркетингом продукції підприємства в окремих регіонах. Така організація дає змогу збутовому персоналу жити в межах території, яку вони обслуговують, досконало знати своїх споживачів, працювати з мінімальними витратами часу і коштів на реалізацію продукції.

На підприємствах із широким товарним асортиментом застосовують товарну (продуктову) організацію. Це така структура управління маркетингом, в якій за розроблення і реалізацію стратегій та планів маркетингу для певного товару чи групи товарів відповідає керівник по товару.

Переваги даного підходу до організації маркетингової діяльності на підприємстві:

~ керівник, який займається певним товаром, має можливість координувати різні роботи з усього комплексу маркетингу для даного товару, а також скоро реагувати на вимоги ринку;

~ приділяють увагу як основним, так і другорядним за значенням товарам;

~ легше виявляти здібних працівників, адже їх залучають до всіх сфер оперативної маркетингової діяльності.

Проте для даного типу оргструктури, особливо коли на підприємстві паралельно існують і функціональні маркетингові служби, характерні певні недоліки:

~ керівник, який відповідає за певний товар, не має усіх повноважень, необхідних для його діяльності;

~ товарна організація часом потребує більших видатків, ніж очікується, через значні витрати на утримання великої кількості персоналу;

~ у працівників товарних підрозділів можуть існувати „подвійні підпорядкування“: своїм безпосереднім керівникам та керівникам функціональних маркетингових служб.

Ринкова організація служби маркетингу дає можливість урахувати специфіку роботи на різних за своїм характером ринках: на споживчому ринку, ринку промислових підприємств, ринку державних установ тощо. Керівник із питань роботи з ринком відповідає за розроблення перспективних і річних планів збуту продукції та з інших видів функціональної діяльності.

Перевага даної організаційної структури полягає у тому, що вона дає змогу концентрувати маркетингову діяльність на потребах конкретних ринкових сегментів. Недоліки аналогічні недолікам товарної організації служби маркетингу.

Товарно-ринкова організація служби маркетингу реалізується, як звичайно, у матричній формі. На підприємстві є керівники по окремих товарах та по окремих ринках.

Керівники по товарах планують обсяги продажів та прибутки для своїх товарів, визначають методи їх просування. При тому вони контактують із керівниками по ринках, маючи на меті визначення можливих обсягів продажів і врахування специфіки конкретних ринків.

Своєю чергою, керівники по ринках відповідають за розвиток прибуткових ринків для існуючих та потенційних товарів.

Система організації маркетингу – це структурна побудова для управління маркетинговою діяльністю. Вона встановлює підпорядкованість та відповідальність за виконання поставлених перед підприємством завдань. При створенні відділів маркетингу найбільш поширеним використовується варіант функціональної структури, коли за виконання окремої маркетингової функції відповідає власний керівник, підпорядкований маркетинг-директору. Організація за регіональним принципом дає змогу торговельним агентам сконцентрувати свої зусилля на конкретному географічному ринку.

При розширенні асортименту товару, сегмент споживачів ринків виникає необхідність

більше уваги приділяти окремим товарам або ринкам. В таких умовах керівництво приймає рішення про необхідність переходу від функціональної структури в більш складну але ефективну товарну або ринкову.

Отже, організаційна структура управління маркетингом на підприємстві повинна будуватися та реалізовуватися у такій формі, яка дасть змогу якомога ефективніше досягнути поставлених цілей. Крім того, система управління маркетингом повинна у стисненому вигляді повторювати загальну організаційну структуру промислового підприємства, щоб маркетингова концепція управління підпорядкувала собі увесь управлінський процес на підприємстві та цим самим сприяла підвищенню ефективності комерційної діяльності підприємства в цілому.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**Н.І. БАСАРАБ, студ. IV курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач ТЕЛИЧКАНЬ В.В.**

Вступ. В умовах трансформації економічних відносин ефективне використання інформаційних технологій стає найважливішим із чинників виживання підприємства на високо конкурентному ринку, сприяє підвищенню рівня рентабельності підприємства, що значною мірою впливає на покращення бізнесу в цілому.

У зв'язку з цим набувають актуальності дослідження теоретичних, методичних і практичних завдань з впровадженням інформаційних технологій та удосконалення організаційно-економічних форм управління інформаційними технологіями в бізнесі на підставі дії механізму економічної мотивації.

Актуальність проблеми підвищення ефективності управління персоналом за допомогою інформаційних технологій не викликає сумніву, адже використання автоматизованих систем підвищить якість та швидкість обробки та передачі інформації, потік якої постійно зростає.

Методика та результати досліджень. У діяльності підприємства особливе місце займає управлінська складова, яка включає комплекс різноманітних умінь, навичок, необхідних менеджерам для реалізації управління не лише системи інформаційної безпеки, а й системи прийняття управлінських рішень та підприємства загалом.

Враховуючи сучасну інформатизацію суспільства та на суцільну комп'ютеризацію процесів, слід зосереджувати увагу саме на інформаційних технологіях [2].

Розглянемо основні інформаційних технологій по управлінню персоналом з існуючих на ринку. Корпорація «Аталас» пропонує рішення по управлінню персоналом і кадрами на основі систем «Атлас КАРДРИ» і Microsoft Dynamics NAV. Системи забезпечують гнучкий інструментарій і функціональні засоби, необхідні для організації і контролю кадрової політики компанії. Можливості системи дозволяють легко налаштувати їх у відповідності зі специфікою конкретного підприємства і вносити зміни, викликані нововведеннями законодавства. Це дозволяє можливість завжди працювати з актуальною і об'єктивною інформацією. Рішення Microsoft Dynamics NAV дозволяють українським компаніям оптимізувати і більш ефективно розвивати свої відносини з клієнтами, партнерами, постачальниками і співробітниками. За допомогою рішень Microsoft Business Solutions можна автоматизувати наскрізні бізнес-процеси в галузі фінансів, дистрибуції, електронній комерції, обслуговування і підтримка клієнтів, управління проектами, персоналом, виробництвом, ланцюжками постачань, продажами і маркетингом [4]. Також у сегменті великих і середніх підприємств значно зміцнила свої позиції автоматизована система управління персоналом БОС-Кадровик. Сьогодні дана система управління успішно використовується більше ніж у 800 українських і російських компаніях, серед яких: Славутський комбінат «Будфарфор», Вімм-Білл-Данн, Донгорбанк, Датагруп, Інком,

Торговий Дім «Копійка», ЛУКОЙЛ, Миколаївцемент, (група Lafarge), гіпермаркет «ОКЕЙ», Перший Український Міжнародний банк, гіпермаркет «Простір», Price Waterhouse Coopers, Петербургський метрополітен, ТНК та багато інших.

Потрібно зазначити, що існує пряма залежність між ефективністю ІТ та ефективністю управління персоналом. Причиною такої залежності є автоматизація основних потоків даних, які знижують ймовірність похибки та пришвидшують цикл обміну даними. Таким чином співробітники можуть витратити менше часу на роботу з даними, більше часу на аналіз та інші важливі завдання. Та не варто думати, що інформаційні технології спрямовані на вивільнення часу працівників. Окрім цієї безумовно важливої функції вони також підвищують точність даних та власне аналітичного процесу. Найкращі ІТ-організації фокусуються на створенні таких систем, які при однакових вхідних даних видаватимуть лише «одну версію правди». Якщо це вдасться – тоді управління персоналом, оптимізація постачання та фінансових потоків стануть надзвичайно простими завданнями [5].

Щоб отримати найбільший ефект від використання ІТ, сучасним підприємства необхідно:

- здійснювати ретельний аналіз ризиків, щоб чітко визначити, у яких сферах ІТ-інвестиції здатні підвищити цінність компанії, а у яких – ні;
- мінімізувати витрати, та сфокусувати на мінімізації цінності за мінімально можливі кошти;
- потрібно з максимальною ефективністю, де це необхідно використовувати аутсорсінг;
- працювати зі справжніми професіоналами та функціональними лідерами, щоб переконатися, що технології впроваджені із застосуванням найкращих практик та ре дизайном процесів.

Висновки. Аналіз існуючих інформаційних систем управління підприємствами підтвердив, що їх використання за традиційними методиками призводить до підвищення продуктивності праці та ефективності діяльності, тобто яким чином можна використовувати інформаційні технології для розвитку бізнесу підприємства. Слід зазначити, що ринок дорослішає і сьогодні підприємства не обмежуються тільки обліковими функціями при впровадженні автоматизованих систем управління персоналом. Тенденцією стає впровадження аналізу та управління персоналом, за допомогою яких менеджмент компаній завдяки високій гнучкості системи має можливість будувати запити і отримувати звіти, необхідні для прийняття управлінських рішень в режимі реального часу.

Список використаних джерел:

1. Р.В.Янчук.–Режимдоступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Prom/2010_2/YanchukR.
2. Живко З.Б. Інформаційна основа прийняття стратегічних управлінських рішень / З.Б. Живко, М.Л. Данилович-Кропивницька//Актуальні проблеми економіки. – 2008. -№ 10(88). – С. 69-80
3. Михайлов А.Г. Семь подходов к разработке ИТ-стратегии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.osp.ru/cio/2004/02.html>
4. www.microsoft.com/rus/BusinessSolutions
5. http://www.managment.com/ua/notes/it_val_meth.html

ПРИБУТКОВІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**О.С. БАСАРАБ, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор СЕМЕНДА Д.К.**

Аграрна галузь є основою забезпечення життя населення, країни продуктами харчування. З одного боку, завдяки природнім і кліматичним умовам демонструються високі показники урожайності, створено гнучку систему оподаткування, впроваджуються державні програми дотацій і підтримки галузі. Проте з іншого – через недосконалий алгоритм

виконання запланованих програм, неузгодженість дій профільних органів виконавчої влади, відсутність діючого ринкового механізму збуту продукції, ручне управління ціноутворення в галузі, зусилля трейдерів і посередників зводять усі позитивні результати нанівець.

Важливим узагальнюючим показником оцінки ефективності функціонування кожного суб'єкта господарювання є прибуток, оскільки в ньому акумулюються всі складові елементи діяльності підприємства: виробництва і реалізації, якості й асортименту, використання виробничих ресурсів, собівартості продукції.

У період глобалізації економіки прибуток має велике значення, адже роль у господарському механізмі щорічно зростає. Окрім цього, прибуток сприяє стабільному розвитку аграрних підприємств, забезпечує зацікавленість трудового колективу в рості продуктивності праці, збільшенні об'ємів і ефективного веденні виробництва. Також прибуток є стимулюючим фактором і фінансовим ресурсом в діяльності аграрних підприємств, а тому виступає важливим джерелом фінансування розширеного відтворення виробництва [3].

Прибуток є основою економічного розвитку підприємства і зміцнює його фінансовий стан та фінансові відносини з партнерами. Крім цього, прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, а також найвагомим джерелом централізованих ресурсів держави. Це означає, що доходи підприємства повинні задовольняти не тільки його власні фінансові потреби, але й потреби держави у фінансуванні суспільних фондів споживання, розвитку науки, освіти, охорони здоров'я. Таким чином, у збільшенні прибутку зацікавлені, як підприємство, так і держава.

Абсолютна величина прибутку сама по собі ще не визначає рівня ефективності виробництва. В умовах ринкових відносин для його розрахунку слід використовувати відносні показники. З цією метою доцільно застосовувати систему показників, а саме: рівень рентабельності, норму прибутку, рентабельність продажу, рентабельність активів, поріг беззбитковості, рентабельність власного капіталу.

В умовах зростання конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках дуже важливо для оцінки економічної ефективності виробництва, визначити такий показник, як рентабельність продажу, який визначається, як відношення прибутку до доходу від реалізації, або відношення прибутку на одиницю продукції до її ціни. Економічна сутність цього показника полягає в тому, що він відповідає всім критеріям, суспільної ефективності – зниженню собівартості продукції, зростанню обсягів її виробництва і реалізації, а також підвищенню рівня споживчої вартості продукції. Рівень прибутковості гнучко реагує на рух ціни як серцевини економіки, відображаючи її динаміку й оцінюючи ефективність виробництва адекватно в цій динаміці [1, с.325].

Обсяг і структура реалізації продукції може позитивно і негативно впливати на суму прибутку. Збільшення обсягу продажів рентабельної продукції призводить до пропорційного збільшення прибутку. Якщо буде збільшуватися частка рентабельних видів продукції в загальному обсязі її реалізації, то сума прибутку зростатиме, і навпаки, при збільшенні питомої ваги низькорентабельної або збиткової продукції загальна сума прибутку зменшиться. Основними причинами такого нестійкого становища є: недостатнє фінансове і матеріальне забезпечення відтворення аграрного виробництва; недосконале управління витратами та операційною діяльністю; відсутність науково-прогнозованої стратегії маркетингу; повна залежність від природно-кліматичних умов [4].

Дослідження вчених показали, що на прибутковість сільськогосподарських підприємств впливають також такі чинники, як руйнація матеріально-технічної бази; зниження відтворювальної функції земельних ресурсів; екологічна і демографічна криза, які щорічно поглиблюються; зменшення висококваліфікованої частини трудового потенціалу; низькі закупівельні ціни і собівартість продукції; поглиблення диспартаменту цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; скорочення інвестицій на розробку інноваційних проектів; відсутність комплексної державної програми для забезпечення ефективного розвитку аграрних підприємств. Формування прибутку може відбуватися за рахунок: виручки від реалізації продукції, фінансового результату від операційної або

звичайної діяльності, капітальних вкладень та інших операцій на підприємстві. А розподіл прибутку здійснюється на зростання та вдосконалення матеріально-технічної бази підприємств, їх будівництво та реконструкцію, поліпшення умов праці, сплату заборгованості та кредитів в банку, а також виплати заробітної плати[3].

Таким чином, значення прибутку в розвитку аграрних підприємств показує, що він є їх основним узагальнюючим показником господарської діяльності. Він виступає інвестиційним ресурсом, так як забезпечує розширене відтворення капіталу, що, у свою чергу, є основою для розвитку аграрної сфери економіки. Основними факторами, що визначають розмір прибутку від реалізації продукції є зміна обсягу структури реалізації продукції; собівартість товарної продукції; цін на реалізацію продукції. Підвищення прибутку можна забезпечити шляхом здійснення управлінських дій, в основі яких знаходиться наукові принципи та інструменти управління розвитком аграрних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Дем'яненко С. І. Менеджмент аграрних підприємств: навч. посібник / С. І. Дем'яненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 347 с.
2. Дієспоров В. С. Ефективність виробництва в сільськогосподарському підприємстві: монографія / В. С. Дієспоров. – К.: ННС Інститут аграрної економіки, 2008. – 340 с.
3. Лаврук О. В. Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/.../028-031.pdf. Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/Soc.../bereziv.pdf.

УКРАЇНА ТА ЇЇ МІСЦЕ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА

**В.Ю. БЕЗКОРОВАЙНИЙ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор СЕМЕНДА Д.К.**

Зернове господарство є особливою галуззю агропромислового комплексу, що визначає в сучасних умовах рівень розвитку всього аграрного сектора економіки України. Серед базової сільськогосподарської продукції, яка гарантує продовольчу безпеку країни, зерно займає особливе місце. Це зумовлено винятково важливим його значенням безпосередньо для виготовлення висококалорійних продуктів харчування і насамперед хліба. У більшості країн світу хлібові, як основному продукту харчування населення, немає альтернативи.

Зерно використовується у вигляді хліба, крупи, макаронів, кондитерських виробів. Так, у 1990 р. на душу населення споживалось 141 кг, в 2002 р. – 130 кг, у 2011 році знизилось до 105 кг на душу населення. Ці продукти відзначаються високими поживними та смаковими якостями, містять достатню кількість білків, вуглеводів, вітамінів, амінокислот та мінеральних солей.

Світовий урожай зернових в 2012 році становить 2,29 млрд. тонн порівняно з 2,35 млрд. тонн роком раніше. Левову частку валового збору становить кукурудза, якої в світі 2012 році виробили 865 млн. т, що становить 37,77% до загального обсягу зернових. У поточному 2013 р, за попередніми оцінками, виробництво кукурудзи в світі знизиться на 4% і складатиме 841 млн. тонн. Світове споживання даної культури в 2012 р. оцінюється в 859 млн. тонн, а в 2013 році прогнозується не суттєве зниження до рівня 854 млн. тонн.

Найбільшим виробником кукурудзи в світі в 2012 році є США, на які припадає 38% всього світового виробництва даної культури в світі. На другому місці знаходиться Китай з часткою 23% від сукупного світового виробництва.

У 2011-2012 році Україна вперше ввійшла до трійки лідерів експорту кукурудзи, зібравши рекордний врожай, а її частка в світовому експорті культури склала 9%.

Світове споживання пшениці в 2012 р. становило 687 млн. тонн, а в 2013 році прогнозується не суттєве зниження до рівня 681,2 млн. тонн.

Найбільшим виробником пшениці в світі по праву вважається Китай, на якого припадає 17% всього світового виробництва даної культури в світі. Проте, враховуючи внутрішній попит на пшеницю, Китай не входить до числа провідних експортерів.

Друге місце займає Індія з 12% від сукупного виробництва пшениці в світі.

Україна займає 9-е місце у світовому виробництві пшениці і 6-е місце в світовому експорті з часткою в 4% від сукупного світового показника.

Лідером в експорті пшениці за показниками 2012 року визнані США з 18% від сукупного світового експорту пшениці. Майже не відстають Австралія і Росія, які в минулому році демонстрували експорт пшениці, який склав 15% і 14% від світового відповідно.

Щодо основних імпортерів даної культури в світі, то найбільша частка припадає на Єгипет – 8% від сукупного світового імпорту. 5% світового імпорту припадає на Бразилію і по 4% на Індонезію, Японію і Алжир.

Найбільшим виробником ячменю в світі в 2012 році стала Росія, на яку припадає 17% всього світового виробництва даної культури. На другому місці знаходиться Україна з часткою 7% від сукупного світового виробництва.

Лідером в експорті ячменю за показниками 2012 року визнана Австралія з 26% від сукупного світового експорту ячменю.

Слідом йдуть Аргентина і Росія, які в минулому році демонстрували поставки пшениці, які склали 18% і 17% від світового експорту відповідно.

Щодо основних імпортерів даної культури в світі, то найбільша частка припадає на Саудівську Аравію – 40% від сукупного світового імпорту. 12% світового імпорту припадає на Китай, 6% на Японію і 5% на Іран.

В Україні площа зернових культур у сприятливі роки сягає 15 – 15,5 млн. га, або 45 – 50% загальної посівної площі.

Найпоширенішою зерною культурою в Україні є озима пшениця, посіви якої займають, залежно від року, 6,4 – 7,3 млн. га землі. До 90% площ її зосереджені у степовій і лісостеповій зонах і лише близько 10% – у поліській.

Друге місце – за зерною кукурудзою, посівні площі якої у 2011 році становить 3,5 млн. га, а валовий збір склав 22,8 млн. т, що становить 40,2% валового збору зернових.

Третє місце за площами посіву належить ярому ячменю, який висівають на площі 2,5 млн. га. Вирощують його, як і озиму пшеницю, переважно в степу й лісостепу.

Необхідно звернути увагу на те, що хоча в Україні за минулі роки було отримано високий валовий збір зернових: 2008 р. — 53,3 млн. т., у наступному році він становив 46, в 2010р. – 39,2, 2011р. – 56,7, 2012 р. – 46,17 млн. т., можна дійти висновку, що за останній час ми лише досягли рівня початку 90-х років ХХ ст.

Виробництво пшениці в Україні за останні 20 років характеризувалось коливаннями в обсягах. Найбільший обсяг виробництва за цей період був зафіксований у 1990 році, коли він склав 30,4 млн. тонн.

У 2012 році виробництво пшениці демонструє приріст до попереднього року у розмірі 32%, склавши 22,3 млн. тонн за даними Держкомстату України (22,1 млн. тонн за оцінкою USDA).

Найбільшими імпортерами української пшениці за підсумками 2011 – 12 МР визнані Туніс (23% від сукупного експорту пшениці з України), Сирія (20%), Кенія (19%), Ізраїль (17%) і Іспанія (10%).

Внутрішнє споживання ячменю показує спадну тенденцію, що, в свою чергу, забезпечує суттєві за обсягами кінцеві запаси і стимулює експорт даної культури.

У 2012 році виробництво ячменю демонструє приріст до попереднього року у розмірі лише 6%, склавши 9,1 млн. тонн за даними Держкомстату України та USDA.

Лідером з вирощування ячменю за підсумками 2011 визнана Одеська область, на яку припадає 12% від сукупного обсягу виробництва ячменю в Україні.

Двадцяти річна динаміка виробництва і споживання кукурудзи в Україні демонструє у 2011-12 МР році рекордний приріст у виробництві даної культури – на 91% і складає 22,8 млн. тонн, порівняно з обсягами виробництва 2010 р. у 11,9 млн. тонн.

Це викликано сприятливими погодними умовами, збільшенням посівних площ на 34%, а також пріоритетністю даної культури для агрокомплексу країни. Високим є рівень

врожайності кукурудзи – майже 64,3 ц/га в середньому по Україні.

Сільське господарство – одна із сильних сторін України, яка разом із Росією і Казахстаном утворює "східний зерновий пояс". Україна могла б поновити свій статус всесвітньої житниці, реалізуючи величезний сільськогосподарський потенціал своїх відомих чорноземів, одних із найродючіших земель світу.

Україна вже є найбільшим у світі виробником ячменю і посідає друге місце за виробництвом соняшника і рапсу. Вона збирає 50 мільйонів тонн зерна, майже половина якого експортується.

Тому дослідження сучасних тенденцій та визначення перспектив розвитку зернового господарства в ринкових умовах господарювання набуває особливої актуальності.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ

**Т.В. БІЛИК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач БЕРЖАНІР І.А.**

Управління фінансовими ризиками є одним з найважливіших функціональних завдань фінансового менеджменту.

В умовах реформування української економіки та оновлення організаційних структур відповідно до сучасних світових тенденцій розвитку економіки значної уваги потребує розв'язання проблеми мінімізації фінансових ризиків на підприємствах.

За останні два-три роки з'явилася низка робіт вітчизняних і зарубіжних економістів із теорії ризику. Найгрунтовніший доробок тут мають: О. Альгін, І. Балабанов, І. Бланк, Б. Гардінер, П. Грабовий, А. Мазаракі, М. Рогов, В. Успенко. Однак дана проблема потребує подальших досліджень.

Під ризиками варто розуміти настання або ймовірність настання певних несприятливих явищ, тенденцій, які можуть спричинити руйнацію фінансово-економічних суб'єктів, збитки у вигляді втрати або знецінення активів, деградацію процесу відтворення, банкрутство, необхідність додаткових витрат, упущену вигоду.

Фінансовий ризик підприємства – це ймовірність повної чи часткової втрати запланованих фінансових результатів через настання несприятливих подій для суб'єкта економічної діяльності в умовах невизначеності під час здійснення внутрішньої і зовнішньої господарської діяльності.

З метою створення надійної системи забезпечення фінансової безпеки підприємства у сучасних економічних умовах виникає необхідність в управлінні фінансовими ризиками.

Управління фінансовими ризиками підприємства являє собою процес передбачення і нейтралізації їх негативних фінансових наслідків.

Алгоритм управління фінансовим ризиком на підприємстві складається з таких етапів:

- аналізу господарських операцій;
- ідентифікації ризиків;
- оцінки ризиків;
- контролю реалізації стратегії.

В процесі управління фінансовими ризиками використовують стратегії уникнення ризику та стратегію утримання ризику.

Стратегія уникнення ризику передбачає розробку таких заходів внутрішнього характеру, які повністю виключають конкретний вид фінансового ризику. До таких заходів відносять:

- відмову від здійснення фінансових операцій, рівень ризику яких є надмірно високим;
- відмову від продовження господарських відносин із партнерами, які систематично порушують контракти зобов'язання;
- відмову від використання у надмірних обсягах позикового капіталу;
- відмову від використання тимчасових вільних грошових активів і короткострокових

фінансових інвестицій.

Стратегія утримання ризику полягає у прийнятті суб'єктом господарювання певної величини фінансового ризику на утримання його на такому рівні. Вона включає:

– диверсифікацію ризику – заснована на розподілі ризиків і може здійснюватись у формах диверсифікації видів фінансової діяльності, диверсифікації програми реального інвестування тощо;

– самострахування фінансових ризиків – засноване на резервуванні підприємством частини фінансових ресурсів з метою подолання негативних фінансових наслідків ризиків;

– інші методи, такі як: отримання від контрагентів певних гарантій, скорочення переліку форс-мажорних обставин у контрактах, застосування штрафних санкцій тощо.

Для ефективного управління фінансовими ризиками на підприємствах в ринкових умовах господарювання необхідно постійно здійснювати моніторинг інформаційного простору щодо можливості появи нових методів оцінки, аналізу та нейтралізації ризиків, ретельно контролювати політику управління ризиками.

Висновки. Отже, управління фінансовими ризиками на підприємствах України в умовах ринкової економіки є дуже важливим аспектом їх фінансово-господарської діяльності. Не запровадження відповідної політики на підприємстві може призвести до його значних збитків або взагалі до банкрутства і наступної ліквідації суб'єкта господарювання. Така ситуація може призвести до негативних наслідків в цілому по країні, а то й взагалі до розвитку фінансової кризи.

Саме тому потрібно здійснювати політику управління фінансовими ризиками і постійно її вдосконалювати. Врахування, прогнозування і аналіз фінансових ризиків в діяльності підприємств дозволить попередити, уникнути або мінімізувати наслідки розвитку небажаних подій.

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА КУКУРУДЗИ

**А.П. БОВКУН, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент ПАРХОМЕНКО Л.А.**

Виробництво продукції зернових культур займає важливе місце у виробництві сільськогосподарської продукції. Найбільшу питому вагу в структурі посівних площ та валових зборів продукції займають зернові порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами. Зернове господарство посідає базове місце у сільськогосподарському виробництві України та гарантує її продовольчу безпеку.

Кукурудза – одна з давніх землеробських культур. Вона є однією з найбільш продуктивних злакових культур універсального призначення, яку вирощують для продовольчого, кормового і технічного призначення.

Виробництво зерна кукурудзи має важливе народногосподарське значення, тому ефективність виробництва, яка визначається за певними показниками, дає змогу оцінити реальний стан виробництва, таким чином спонукає шукати нові шляхи її підвищення – це є важливим завданням і актуальним питанням на сьогодні. Зважаючи на це, кукурудза належить нині до однієї з культур, які стали найвигіднішими для сільськогосподарського виробництва. Їхні переваги – широкий ринок збуту і позитивна економіка виробництва. Особливо відчутно це щодо кукурудзи: за рахунок впровадження нових її гібридів і значно ефективніших технологій аграрії отримують високі врожаї і валові збори зерна. Наприклад, минулого року було зібрано 22,78 млн. т зерна кукурудзи з площі посіву близько 3,54 млн. га за середньої врожайності 6,43 т/га [1].

Кукурудзу використовують в тваринництві для забезпечення концентрованими кормами, силосом і зеленою масою. Найбільш цінний корм – зерно кукурудзи, яке містить 9 – 12% білків, 65–70% вуглеводів, 4 –8% олії, 1,5% мінеральних речовин. У 100 кг його

міститься 134 корм, од., до 8 кг перетравного протеїну [2].

Після скорочення площ посівів намітилася тенденція до поступового її нарощування. У 2010- 2012 рр. вона стабілізувалася на рівні 3-3,5 млн. га, що складає 31,6 – 22,8 млн. т усіх посівів зернових культур. Хоч урожай зерна нинішнього року на 10-11 млн. т поступатиметься торішньому, але, попри це, увійде в трійку кращих урожаїв за останні 20 років.

Таким чином, очікуваний зерновий вал в Україні становитиме близько 46 млн. т. До того ж, якісного зерна буде більше, а отже, фінансовий результат очікується не гірший, ніж минулорічний. Разом із тим, український гідрометеорологічний центр оцінив цьогорічне зниження врожаю кукурудзи до 20 млн. т, тобто на її частку в загальному виробництві зерна припадатиме 45% [3].

Проблема розвитку зернового господарства має бути в центрі уваги міжгалузевого управління, якого на сьогодні не існує. Метою такого втручання держави є розробка концепції її основних заходів щодо реалізації програми стабільного нарощування виробництва зерна кукурудзи, докорінного поліпшення його використання і створення експортноорієнтованих моделей зернового господарства.

Економічна ефективність — це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Тому існує система показників, яка допомагає визначити її.

При оцінці економічної ефективності виробництва зерна в господарствах і підприємствах необхідно правильно визначити систему взаємопов'язаних показників, які повинні найбільш об'єктивно відображати її рівень. З цією метою широко використовуються як натуральні, так і вартісні показники виходу продукції з урахуванням її якості, які є вихідними при визначенні економічної ефективності виробництва зерна. До натуральних відносять такі показники як: кількість і якість продукції. Щодо вартісних, до них належать: валова, кінцева, товарна, реалізована та чиста продукція.

Система показників економічної ефективності виробництва зерна включає такі показники, як урожайність, продуктивність праці, собівартість, ціна реалізації, рівень рентабельності.

Урожайність – найважливіший результативний показник землеробства. Рівень урожайності відображає вплив економічних і природних умов, а також якість організаційно-господарської діяльності сільськогосподарських культур, її визначають на 1 га. Для зернових культур важливе значення має показник урожайності, що характеризує чистий збір на 1 га продуктивної площі, а також собівартість – індивідуальні витрати товаровиробника на одержання продукції

Вихід кормових одиниць та перетравного протеїну на 1 га посіву, на 1 ц зерна, ціну реалізації, прибуток з розрахунку на 1 ц, рівень рентабельності [4].

Показники економічної ефективності сільськогосподарського виробництва розраховують і порівнюють в динаміці роїв які повинні характеризувати ефективність використання землі як основного засобу виробництва, рівень продуктивності праці, тобто ефективність використання трудових ресурсів, фондівіддачу і фондомісткість продукції, окупність виробничих витрат, рівень рентабельності сільськогосподарського виробництва.

Для дослідження економічної ефективності виробництва зерна користуються певними визначеними методами. Всі агротехнічні заходи, меліорація земель, вкладення коштів на придбання і застосування техніки, затрати праці, організаційно-господарське удосконалення роботи підприємства відбиваються в підвищенні урожайності та збільшенні валового збору урожаю [5].

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що найважливішими показниками в зерновій галузі є урожайність та валовий збір урожаю. Для оцінки даних показників використовують два види спостережень:

по-перше, це поточне спостереження. Суть його полягає в безпосередній реєстрації фактів у міру їх виникнення. Прикладом такого спостереження може бути аналіз виконаних робіт, визначення поточних витрат на одиницю продукції. За результатами показників складають статистичну звітність, яку подають у формі укрупнених періодів – місяць,

квартал, рік.

По-друге, це періодичне спостереження. Періодичним називають спостереження, при якому факти реєструються не регулярно, через певні проміжки (періоди) часу. Прикладом такого спостереження може бути заключний аналіз результатів діяльності, ефективності використання основних засобів і визначення рівня рентабельності, який проводять раз на рік по завершенні збору основних, зарнових культур.

Отже, можна зробити **висновки** про те, що показники ефективності надають господарським і плановим органам, керівникам і спеціалістам окремих господарств різнобічного і достовірного матеріалу, для розробки конкретних організаційно-технічних заходів, які забезпечують збільшення виробництва продукції при зниженні затрат.

Список використаних джерел:

1. Карпа М. д-р с.-г. наук, Інститут сільського господарства степової зони НААНУ, Дніпропетровськ. Особливості збирання й доробки кукурудзи / М. Карпа// Український журнал із питань агробізнесу “Пропозиція”. – 2012. – №9. – С.53-54.

2. Статистична інформація: сільське господарство України / Держюком. статистики України, 2012. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Дідур Г.І. Ефективність сільськогосподарського виробництва та її визначення в сучасних умовах / Г.І. Дідур // Проблеми ефективного функціонування АПК в умовах нових форм власності та господарювання: Кол. моногр. у двох томах. – Т. 1 [За ред. П.Т. Саблука]. – К.: іае. – 2008. С. 324-326.

4. Коваль О. Т. Економіка підприємства: навч. посібник /О.Т. Коваль, В.В.Пархоменко; ред. І.І. Пелипенка. – К.: Держ. Акад. статистики, обліку та аудиту, 2008. – 312 с.

5. Лосіцька Т.І. Проблеми розвитку підприємницької діяльності в аграрній сфері АПК / Т.І. Лосіцька// Проблеми ефективного функціонування АПК в умовах нових форм власності та господарювання:Кол. монографія у двох томах. Т. 2 /За ред. П.Т. Саблука, В.Я. Амбросова, Г.Є. Мазнева. – К.: ІАЕ, 2011. – 851 с. (автора – с. 690–692).

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

**Н.С. БОЙКО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ТРАНЧЕНКО О.М.**

Сучасний розвиток нашої економіки можна охарактеризувати як період потрясінь. Зміни, пов'язані з ризиками, збитками та умовами прогресуючої світової кризи стали нормою сьогодення. Якщо підприємства не будуть прямувати до змін, які охоплюють весь сучасний світ, вони зазнають краху й збанкрутують. У період світової кризи будуть виживати тільки лідери змін – ті, які швидко адаптуються до її тенденцій, використовуючи всі можливі перспективи виходу з неї. Такому лідеру необхідно розглядати зміни як нову можливість, що означає шукати важливі перемини й знати шляхи, які дозволяють зробити їх максимально ефективними для внутрішньої та зовнішньої діяльності підприємства. Тому основним завданням повинна стати розробка нових механізмів управління фінансовим станом підприємства. Ефективна діяльність підприємства залежить від багатьох чинників, проте одним з найважливіших є фінансовий стан. Але сьогодні не має чіткого визначення сутності поняття “фінансовий стан підприємства”, а також загальноприйнятої точки зору щодо його трактування, зосереджено увагу на його окремих елементах. У сучасних умовах господарювання підприємств важливим є врахування поряд з такими елементами, як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, що визначається, зокрема, ефективністю оборотних коштів, прибутковістю підприємства, таких, як потенціал формування та повнота використання фінансових ресурсів, збалансування грошових потоків і рівень фінансового ризику. Тому необхідним є уточнення сутності поняття «фінансовий стан підприємства» та пошук шляхів його покращання.

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 і використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан треба систематично й всебічно оцінювати з використанням різних методів аналізу. Неєфективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства, і як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні, виробництві та реалізації продукції, до невиконання плану прибутку, зниження рентабельності підприємства.

Першочерговим етапом у покращенні фінансового стану українських підприємств є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, яке б забезпечило мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу. Оптимізація ліквідності підприємства реалізується за допомогою оперативного механізму фінансової стабілізації – системи заходів, спрямованих, з одного боку, на зменшення фінансових зобов'язань, а з іншого, на збільшення грошових активів, що забезпечують ці зобов'язання. Фінансові зобов'язання підприємство може зменшити за рахунок: зменшення суми постійних витрат (зокрема витрат на утримання управлінського персоналу); зменшення рівня умовно-змінних витрат; продовження строків кредиторської заборгованості за товарними операціями; відтермінування виплат дивідендів та відсотків. Збільшити суму грошових активів можна за рахунок: рефінансування дебіторської заборгованості (шляхом факторингу, врахування та дисконтування векселів, форфейтингу, примусового стягнення); прискорення оборотності дебіторської заборгованості (шляхом скорочення термінів надання комерційного кредиту); оптимізація запасів товарно-матеріальних цінностей (шляхом встановлення нормативів товарних запасів методом техніко-економічних розрахунків); скорочення розмірів страхових, гарантійних та сезонних запасів на період перебування підприємства у фінансовій кризі.

Саме за рахунок стійкої фінансової складової підприємство спроможне вкладати кошти у розробку нових товарів (послуг), освоювати нові ринки збуту шляхом демпінгу, забезпечувати або сприяти забезпеченню маркетингової стійкості підприємства, розвивати нові напрями діяльності, підтримувати інвестиційну стійкість, і маючи висококваліфікований персонал, забезпечувати кадрову стійкість підприємства, ефективний процес управління.

Висновки. Отже, фінансова складова вважається провідною та вирішальною, оскільки в ринкових умовах господарювання фінанси є рушійною силою будь-якої економічної системи. Це залежить від: кваліфікованого обслуговування під час продажу та післяпродажного обслуговування; професіоналізму, ввічливості, чесності, порядності, надійності, оперативності, ініціативності та комунікабельності працівників; якісної технічної підтримки продукції; добрих стосунків на всіх рівнях; кваліфікованих менеджерів та інженерно-технічних працівників; корпоративної культури, яка склалася на підприємстві.

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**С.М. БОЙКО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПЕНЬКОВА О.Г.**

Більшість стратегічних рішень, які приймає будь-яка компанія, лежать у сфері маркетингу. Створення нового бізнесу, злиття та поглинання, освоєння нової ринкової ніші, дилерська політика, звуження або розширення продуктової лінійки, вибір постачальників і партнерів – всі ці та багато інших рішень приймаються в рамках маркетингової стратегії. Від адекватності маркетингової стратегії компанії залежить успіх цілого підприємства, його конкурентоспроможність. У зв'язку з цим актуальним є дослідження теоретичних та методичних підходів до формування ефективних маркетингових стратегій як

найважливіших складових стратегії розвитку підприємства, в цілому.

Теоретичні основи цієї проблеми висвітлені у працях таких зарубіжних вчених, як Д.Аакер, Г.Ассель, І.Анософф, Г.Армстронг, П.Дойль, Ф.Котлер, Ж. – Ж.Ламбен, М.Портер, Д.Сондерс, А.Томпсон, О. Уолкер – мл., Е.А.Уткін, Х.Хершген; а також в працях багатьох вітчизняних вчених: Л.В. Балабанової, О. І. Дорош, С. Семенюк, Н.В. Куденко, Л.А. Мороз та ін.

Формування маркетингових стратегій – один з найсуттєвіших та найскладніших етапів процесу маркетингу. Маркетингова стратегія – основа дій підприємства в конкретних ринкових умовах, що визначає способи застосування маркетингу для розширення цільових ринків та досягнення ефективних результатів.

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі підприємства з її можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

Серед різних трактувань поняття "маркетингова стратегія" варто зупинитись на праці, що пропонує інтегрований підхід до розробки маркетингових стратегій. Під час формування такої стратегії, на думку автора, необхідно враховувати не якийсь окремих фактор, а таку їх систему:

1. Ринкове сегментування. Виробнику необхідно розробити підхід до сегментування ринку і вибору сегментів, що залежатиме від бажаних цілей росту, особливостей конкуренції та підходу керівництва до управління підприємством.

2. Товарне позиціонування. Вибравши цільові ринки, необхідно визначити, скільки і яких товарів пропонувати на кожному з них та як їх позиціонувати щодо товарів-конкурентів. Основною при цьому буде специфіка кожного сегмента.

3. Формування комплексу маркетингу. Для кожного товару розробляється комплекс маркетингу, і роль комплексу маркетингу для маркетингової стратегії і тактики відрізняється. У маркетинговій стратегії необхідно визначити, як використовуватимуть елементи комплексу, якою буде роль кожного з них під час діяльності підприємства на цільовому ринку. У маркетинговій тактиці необхідно виділити детальні особливості кожного елемента комплексу – властивості товару, марки, іміджу, ціноутворення тощо.

4. Вихід на ринок. Аналізують, як компанія планує виходити на ринок, позиціонувати себе.

5. Фактор часу. Аналізується узгодження в часі, послідовність реалізації всіх компонентів маркетингової стратегії, тактики. Один із підходів – пов'язувати власну стратегію зі стратегією конкурентів (можливі стратегії першопрохідця, послідовника, того, хто відстає, тощо). Інший підхід – стежити за зовнішніми індикаторами – економічними, галузевими, сезонними тощо.

Маркетингові стратегії можна формувати за різними ознаками та основною з них доцільно зробити комплекс маркетингу – виділення товарної, цінової стратегії, стратегії товароруху і комунікацій. Тобто маркетингова стратегія трансформується у взаємозв'язану систему товарної, цінової, збутової і комунікаційної стратегій, що необхідно, оскільки покупець при купівлі розглядає товар як поєднання всіх його властивостей.

При формуванні стратегії насамперед необхідно врахувати: на якій стадії життєвого циклу перебуває галузь; структуру галузі; сутність і потужність п'яти конкурентних сил (постачальники найважливіших ресурсів, покупці, конкуренція між продавцями в середині галузі, товари-субститути, потенційні продавці даного товару), масштаби діяльності конкурентів. Вибір маркетингової стратегії здійснюється в кілька етапів. Перш за все виявляються конкурентні переваги фірми. Для оцінювання можливостей успішного виходу компанії на ринок зіставляють дані аналізу зовнішнього та внутрішнього середовищ і на їх основі проводять порівняння характеристик даної фірми з характеристиками конкурентів, а також з очікуваннями споживачів та партнерів. Фірма визначає сильні та слабкі сторони, що допомагає їй виділити ті напрямки, в яких вона може досягти успіху; оцінює можливості та загрози потенційних ринків, що допомагає визначити фактори, які є необхідними для успіху на ринку. Порівняння потенційно успішних напрямків та важливих для успіху факторів дає

фірмі уявлення про власні конкурентні переваги та робить уможливлене розробку стратегій. Далі розробляється базова маркетингова стратегія – довготерміновий план підприємства, який має бути розписано детально, тому що в будь-який момент може бути спростований будь-якими непередбаченими подіями у зовнішньому середовищі. Тому базова довготермінова стратегія не є чимось таким, що визначається раз і назавжди та ніколи не змінюється. Вона повинна регулярно коригуватися та уточнюватися залежно від змін, які трапляються на ринку, та результатів діяльності підприємства.

Маркетингова стратегія включається в бізнес-планування, яке охоплює стратегічні бізнесодиниці, і також у стратегію всієї фірми. Це дає змогу на вищому рівні прийняти якісніше рішення та зробити необхідну корекцію на нижчих рівнях управління за змін ринкової ситуації.

Горизонтальна і вертикальна координація зв'язує всі рівні управління й етапи процесу обґрунтування та узгодження стратегій в єдине ціле, що забезпечує системність маркетингової діяльності.

Таким чином, маркетингові стратегії — головні напрямки маркетингової діяльності, дотримуючись яких підприємства прагнуть досягти своїх маркетингових цілей та бути конкурентоспроможними. Маркетингова стратегія включає конкретні стратегії діяльності на цільових ринках та використовуваний комплекс маркетингу. У стратегіях, розроблених для кожного ринкового сегмента, мають бути розглянуті ті продукти, що вже випускаються, а також нові; ціни, просування продуктів, доведення продукту до споживачів, має бути зазначено, як саме стратегія реагує на небезпеки й можливості ринку.

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: СУТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ЗБІЛЬШЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ КАТЕРИНОПІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**М.О. БОЙЧЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємства
Науковий керівник: к.е.н., доцент БУРЛЯЙ О.Л.**

В умовах ринкової економіки основним показником ефективності діяльності підприємства є прибуток. Прибуток відіграє ключову роль у діяльності підприємства і соціально-економічного розвитку країни в цілому. Для підприємницької структури він одночасно є і метою, і результатом, і стимулом, і чинником економічної безпеки. Адже прибуток – це частина чистого доходу, який безпосередньо одержують підприємства після реалізації продукції як винагороду за вкладений капітал і ризик підприємницької діяльності. Основна частина прибутку формується як різниця між виручкою від реалізації продукції та витратами на її виробництво. Якщо власні витрати на виробництво більші, ніж грошові надходження, підприємство отримує збитки.

Що стосується підприємств Катеринопільського району Черкаської області, то в структурі прибутку серед сільськогосподарської продукції на першому місці знаходиться соняшник, який займає 39,5% від загального прибутку. Друге місце посідає пшениця, яка становить 22%, третє – кукурудза – 20,3%. Збитковими є виробництво свинини та м'яса ВРХ.

Важливе значення для дослідження механізму формування прибутку має правильно організований і проведений аналіз факторів, що впливають на його розмір.

Факторний аналіз прибутку – це методика комплексного системного вивчення та виміру впливу факторів на величину результативного показника, а саме прибутку підприємства.

На зміну прибутку впливають такі фактори:

1. Зміна обсягу реалізованої продукції.
2. Зміна цін.
3. Зміна повної собівартості реалізованої продукції.
4. Зміна структури реалізованої продукції.

Оцінку динаміки прибутку і ступінь впливу всіх факторів на цей показник наведено в таблиці. Для аналізу були обрані види продукції, по яких найбільший валовий дохід від реалізації. Розрахунок здійснювалися способом ланцюгових пістановок.

Розглядаючи таблицю 1, можна побачити, що за досліджувані роки для всіх видів продукції собівартість збільшилась, що негативно вплинуло на розмір прибутку.

Стрімке збільшення собівартості можна виявити у виробництві свинини, де воно призвело до зменшення прибутку у 2011 р. у порівнянні з 2007 р. на 1625,3 тис. грн., що спонукало і підвищення ціни, і збільшення об'ємів реалізації. Для таких культур як пшениця, кукурудза та соняшника, де за рахунок лише збільшення собівартості відбулось зменшення прибутку на 61213,5 тис. грн. Для інших видів продукції ріст собівартості компенсувався ростом цін.

На збільшення прибутку також велике значення має рівень реалізованої продукції, крім таких культур як ячмінь і ріпак, в яких за досліджувані роки відбулося зменшення кількості реалізованої продукції, а як наслідок зменшення прибутку на 845,7 тис. грн.

Отже, за результатами факторного аналізу можна оцінити якість прибутку та можливі джерела його збільшення. Таким чином, зміни обсягу реалізації та зростання цін загалом позитивно вплинули на розмір прибутку.

Негативно на розмір прибутку вплинуло зростання собівартості майже по всім основним видам продукції.

Для того, щоб постійно забезпечувати зростання прибутку, слід шукати невикористані можливості його збільшення, тобто резерви зростання. Резерви виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва продукції і її реалізації. Визначення резервів збільшення прибутку базується на науково обґрунтованій методиці розроблення заходів з їх мобілізації.

Резерви збільшення прибутку:

- за рахунок збільшення обсягу випуску продукції (робіт, послуг);
- за рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- за рахунок економії і раціонального використання коштів на оплату праці робітників та службовців;
- за рахунок запровадження досягнень науково-технічного прогресу, в результаті чого зростає продуктивність праці.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

К.І. БОНДАР, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к. е. н., доцент ЗАГРЕБЕЛЬНА Н.І.

Аграрний сектор посідає важливе місце в економіці України, оскільки в ньому виробляється 18% ВВП, створюється 16% валової доданої вартості, зайнято майже 25% загальної чисельності працюючих у державі. Тому підвищення прибутковості сільськогосподарських підприємств, що забезпечується також правильним відображенням доходів і витрат від реалізації такої продукції у бухгалтерському обліку, є важливою умовою зростання економіки України як аграрної держави.

Питаннями обліку доходів від реалізації продукції сільського господарства займалися такі економісти як О. Охтирська, Д. Бакун, Н.М. Бондар, Ф.Ф. Бутинець, Р. Кортикова, Л. Котенко, І. Кравченко, Т.П. Макаровська, І. Павлюк, М. Правда, Л. Солошенко, Г.І. Цигилюк.

В системі обліку на сільськогосподарських підприємствах надзвичайно цінною є інформація про доходи від реалізації сільськогосподарської продукції. За значенням для її користувачів вона займає місце поряд з інформацією про активи, зобов'язання та капітал підприємства. Облік витрат і доходів від реалізації продукції розвивається й поліпшується у

зв'язку із удосконаленням комп'ютерної техніки і комунікаційного середовища, методології й організації обліку. Але, не дивлячись на це, є низка питань, які потребують вирішення.

Однією з ключових є проблема забезпечення максимальної оперативності та достатньої аналітичності вихідної інформації про витрати і доходи від реалізації продукції рослинництва і тваринництва. Для цього таку інформацію потрібно завчасно перевірити щодо відповідності сучасним вимогам: порівнянності, достовірності, дохідливості та доречності. Сира, не згрупована, належно не оформлена інформація про витрати і доходи від реалізації продукції сільського господарства може на деякий час загальмувати процес первинної обробки аналітичної інформації, призвести до помилкової оцінки здійснюваних підприємством господарських процесів, занижити або завищити витрати і доходи від реалізації продукції. Отже, основною проблемою обліку витрат і доходів від реалізації продукції сільського господарства є проблема повноти та своєчасності їх відображення у системі обліку.

У зв'язку з тим, що більшість наукових розробок щодо проблеми обліку доходів від реалізації сільськогосподарської продукції було проведено за часів адміністративно-командної системи, вони не відповідають сьогodнішнім потребам. Законодавство про доходи від реалізації сільськогосподарської продукції позбавлене концептуального підходу, не має чіткої системи, тому містить ряд прогалин та суперечностей. Доцільно було б систематизувати законодавство про реалізацію сільськогосподарської продукції – необхідно прийняти положення, у якому систематизувалися б усі підзаконні нормативні акти як ті, що обов'язкові для виконання, так і такі, що містять рекомендаційний характер.

Не потрібно забувати і такі теоретичні та практичні проблеми як:

- 1) розробка обґрунтованої системи показників доходів і витрат від реалізації;
- 2) визначення концептуальних напрямків комп'ютеризації обліку, аналізу та аудиту, доходів та витрат, розробка практичних методик обліку, аналізу і аудиту в середовищі електронної обробки даних.

Ще одна проблема обліку процесу реалізації пов'язана із прийняттям П(С)БО 30 «Біологічні активи», згідно з яким передбачено визначати фінансовий результат від первісного визнання сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів з подальшим уточненням на кожен дату балансу та на дату реалізації. Тобто у сільському господарстві фінансовий результат передбачено визначати не після реалізації продукції, а під час її отримання з виробництва. Таке визначення фінансового результату суперечить принципам бухгалтерського обліку та фінансової звітності, визначених Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», а саме принципу обачності, який передбачає застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, що повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства.

Висновки. Отже, проблеми обліку доходів від реалізації сільськогосподарської продукції пов'язані з повнотою та своєчасністю їх відображення у системі обліку, заниженням виручки від реалізації продукції з доходів сільськогосподарських підприємств, розробкою обґрунтованої системи показників доходів і витрат від реалізації, неповним законодавчим регулюванням обліку реалізації продукції сільського господарства. Вирішення цих питань значно підвищить конкурентоспроможність такої продукції на світовому ринку і прибутковість всієї сільськогосподарської галузі в Україні.

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

**Л.І. БОНДАРЕНКО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: БОНДАРЕНКО Н.В**

Надання кредитів юридичним особам банками набуває широкого характеру. Щоб уникнути помилок, банки повинні діяти відповідно до вимог: кредити видаються тільки в

межах наявних ресурсів, що є в розпорядженні банку. Рішення щодо надання кредитів позичальникам, незалежно від їх розмірів, приймається колегіально (правлінням банку, кредитним комітетом, кредитною комісією тощо) і оформляється протоколом.

Основну частину доходів банки одержують від кредитних операцій, у здійсненні яких велику роль відіграє кредитний персонал. Кредитування позичальників має здійснюватися додержанням комерційним банком економічних нормативів регулювання банківської діяльності та вимог НБУ щодо формування обов'язкових, страхових і резервних фондів. Кредитування здійснюється в межах параметрів, визначених політикою банку, які включають: пріоритетні напрями в кредитуванні; обсяги кредитів та структуру кредитного портфеля; граничні розміри кредиту на одного позичальника; методику оцінки фінансового стану та кредитоспроможності позичальника; рівень процентної ставки тощо.

Банки можуть надавати бланкові кредити (незабезпечені майном та іншими формами), але тільки в межах власних коштів і лише клієнтам зі стійким фінансовим станом та інсайдерам банку в сумі, що не перевищує 50% номінальної вартості акцій банку, що перебувають в їхній власності. Для одержання кредиту позичальник звертається до банку із кредитною заявкою, до складу якої входить певний пакет документів. Склад необхідних документів залежить від характеру кредитної операції, і для різних клієнтів він може бути різним. Кредити надаються на підставі укладеної між банком і позичальником кредитної угоди (договору). До укладання кредитного договору банк повинен ретельно проаналізувати кредитоспроможність позичальника, здійснити експертизу проекту чи господарської операції, що пропонується для кредитування, визначити ступінь ризику для банку та структуру майбутньої позички (сума, строк, процентна ставка тощо). У кредитному договорі передбачаються: мета, сума, строк, порядок, форма видачі і погашення кредиту, форма забезпечення зобов'язань позичальника, процентна ставка, порядок і форма сплати процентів й основного боргу, права, зобов'язання, відповідальність сторін щодо надання і погашення кредитів, перелік відомостей, розрахунків та інших документів, необхідних для кредитування, періодичність їх подання банку, можливість проведення банком перевірок на місці, наявності і стану зберігання заставного майна тощо.

Дуже важливим в кредитній діяльності банку є планування і прогнозування. Важливість прогнозу важко переоцінити, ураховуючи, що саме він є основою для складання перспективних планів кредитної діяльності банку. Добір методу прогнозування залежить від кількох важливих факторів:

- мети та завдань прогнозу;
- ступеня деталізації інформації про кредитну діяльність;
- обсягів прогнозу;
- періоду прогнозу (місяць, квартал, півріччя, рік і т. ін.).

За термінами планування кредитної діяльності розрізняють такі прогнози:

оперативний (до 6 місяців); короткостроковий (на один рік); середньостроковий (до 5 років); довгостроковий, або перспективний (понад 10 років).

За видом подання прогнозних показників розрізняють такі прогнози:

- точковий, коли прогнозне значення подається у вигляді окремого числового значення прогнозованого параметра;
- інтервальний, коли прогнозне значення подається у вигляді інтервалу, до якого належить значення прогнозованого параметра;
- багатоваріантний, коли прогнозне значення подається у вигляді множини можливих числових значень прогнозованого параметра.

Для вдосконалення діяльності банківської системи необхідні сприятливі умови кредитування. Доцільно розробити законопроект про кредитування, в якому передбачити ефективний захист прав та інтересів кредиторів, посилення відповідальності учасників договірних відносин за неналежне виконання ними зобов'язань; удосконалити порядок реалізації заставленого майна з метою захисту інтересів кредиторів, стимулювати зростання обсягів грошових вкладів населення для створення міцної клієнтської бази.

Необхідно також удосконалювати банківський менеджмент, підвищувати рівень

професіоналізму кадрів, перепідготовки кадрів, використовуючи на це асигнування комерційних банків і міжнародну технічну допомогу. Дуже корисним для роботи банків може бути створення загальної системи інформації щодо клієнтської бази, якою міг би користуватися будь-який банк.

Слід також зауважити: для забезпечення успішної діяльності банку необхідні політичні і інституційні реформи, які б зменшували негативний вплив зовнішніх факторів на кредитну діяльність банків.

Висновки. Останнім часом все більш важливого значення набуває споживче кредитування населення, особливо іпотека. В розвинутих країнах схеми надання кредитів населенню є, звичайно більш досконалими, орієнтовані на довші терміни кредитування.

Необхідно створити механізм довіри клієнта до банку і навпаки. Фізичні особи та й юридичні, маючи розрив між їхніми можливостями і бажанням купити, беруть кредит в банках і особливо на довгі терміни. Банки, хоча і задоволенням отримують проценти за надані кредити, все ж ризикують. Отож, схема надання кредитів потребує вдосконалення.

ПОКРАЩЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

**В.В. БРОЖИНА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МАКУШОК О.В.**

Сьогоднішній динамічний розвиток економіки призводить до того, що підприємства та організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу і бізнесу. Абсолютно всі ринки насичені такою мірою, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, і це призводить до розуміння виняткової ролі збуту в діяльності підприємства. Продукція або послуга, вироблена підприємством, повинна бути продана: тобто, з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів, і з отриманням найбільшої вигоди. Тому головне завдання будь-якого підприємця — сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості. У цьому випадку у нього буде можливість довести покупцю незаперечні переваги свого товару, або послуги. Саме тому збутова стратегія є важливою складовою у системі економічної стійкості роботи підприємства.

Орієнтація виробництва на задоволення споживчого попиту вимагає вдосконалення методології управління збутом продукції вітчизняних підприємств з урахуванням тенденцій розвитку ринкової ситуації, з одного боку, і особливостей конкретного виробництва, з іншого. Практика показує, що управління збутом готової продукції вимагає комплексного підходу, заснованого на маркетингових дослідженнях, так як з переходом до ринкової системи господарювання перед вітчизняними підприємствами, поряд з іншими проблемами, постала проблема самостійного пошуку споживачів своєї продукції.

Об'єктивно виникла необхідність вдосконалення існуючих збутових систем, і розробки економічного механізму, що дозволяє використовувати ефективні важелі управління збутом продукції на вітчизняних підприємствах. Для того, щоб покращити збутову діяльність підприємства необхідно спочатку продіагностувати її стан і виявити ефективність функціонування вже існуючої збутової системи на підприємстві. На основі виявлення сильних та слабких сторін збутової діяльності треба розробити стратегічні рішення. Щоб покращити збутову діяльність необхідно приймати стратегічні заходи, спрямовані на створення більш ефективної збутової політики. До найпопулярніших методів покращення збутової політики можна віднести наступні:

- Диверсифікація споживачів продукції (визначення цільових сегментів ринку та регіонів продажу).
- Створення механізму особистої зацікавленості робітників збутового апарату у реалізації продукції.
- Навчання робітників збутових служб нових прийомів та методів збуту.

- Створення ефективної системи зворотного зв'язку із споживачами, механізми розгляду скарг та претензій клієнтів.
- Вивчення смаків та вподобань цільових клієнтів і максимальний ступінь врахування побажань при виробництві продукції.

Всі ці шляхи покращення збутової політики доцільно застосовувати на підприємстві навіть тоді, коли значних проблем зі збутовою системою не спостерігається.

Одним із найновіших методів стимулювання збуту є відкриття інтернет-магазинів продукції оптом чи вроздріб, що допомагає позбавитись багатьох проблем, що виникають в збутовій системі підприємства.

У наш час Інтернет надає широкий спектр можливостей і різноманітних інструментів для популяризації Інтернет-ресурсу. Усі вони відрізняються ефективністю та, відповідно, пов'язаними з ними витратами. Також варто відмітити, що в даний момент клієнт у своїй більшості ще не готовий перейти виключно до онлайн-торгівлі.

Це зумовлюється неможливістю оцінки якості продукції. Для вирішення цієї проблеми доцільно запровадити розділ, який в повній мірі буде описувати якісні характеристики продукції (склад тканини, виробників тканини, сертифікати якості, тощо). Так як магазин буде займатися оптовими поставками, то запровадити пробні невеликі партії для додаткової впевненості споживача у якості товару.

Крім цього інтернет-магазин, зазвичай, не може забезпечити можливість миттєвого придбання продукції. В залежності від фізичного розташування магазину та розташування ймовірного клієнта доставка може займати від декількох днів до тижнів.

З іншого боку висувається ряд додаткових вимог: виникає потреба у розумінні технічних особливостей функціонування сайту, необхідність забезпечення високого рівня захищеності від несанкціонованого доступу до особистих даних клієнтів, а також цілодобова підтримка сайту в працездатному стані.

Отже, в ході дослідження встановлено, що існує велика кількість підходів до покращення збутової політики підприємства, і їх характер залежить від специфіки роботи підприємства, стану вже існуючої збутової системи та ефективності її функціонування. Такий метод стимулювання збуту як створення інтернет-магазину є економічно виправданим та доцільним. Очевидним є те, що такий метод має значно більше можливостей та більш низькі ризики в порівнянні з традиційним веденням бізнесу. Функціональні можливості інтернету щодня зростають, що дає можливість надавати все більше різноманітних послуг клієнту та якнайшвидше його інформувати про новинки та тенденції швейного виробництва. Враховуючи тенденцію зростання інтернет-користувачів та інтернет-придбань, можна прогнозувати, що через декілька років мережа стане основним джерелом для здійснення покупок населенням і, відповідно, основним осередком торгівельних точок. Також, можливі певні труднощі, які необхідно враховувати для того, щоб даний метод став ефективним та успішним.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**К.В. БУРЛАКА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕСТЕРЧУК Ю.О.**

Ринкова економіка стимулює підприємства до впровадження нової техніки та технологій, розширює можливості щодо використання нових фінансових інструментів та механізмів, проте на практиці виникає проблема щодо реальності їх застосування. Перш за все це обумовлено нестачею власних обігових коштів, низькою ліквідністю активів, застарілою матеріально – технічною базою, на утримання якої витрати перевищують наявні прибутки, а також відсутністю досконалої законодавчої бази, що в тій чи іншій мірі регламентує діяльність підприємств.

Найбільш істотний вплив на функціонування підприємств в нових умовах господарювання здійснює реальне ринкове середовище. Для підвищення конкурентоспроможності підприємствам необхідно виробляти товари широкого асортименту і номенклатури. Для того, щоб при цьому добитися найбільш ефективного використання основних виробничих фондів, підприємствам всіх форм власності необхідно враховувати теоретичні і методичні особливості оновлення основних виробничих фондів з урахуванням обмеженості фінансових ресурсів, які може залучати підприємство.

Проблема ефективного використання основних засобів і виробничих потужностей підприємств, в тому числі сільськогосподарських, посідає чільне місце у дослідженнях таких українських економістів як Іваненко В.М., Шваб Л.І., Пашнюк Л.О., Федорчук О.М., Покропивний С.Ф., Підлісецький Г.М., Саблук П.Т.

Ефективність та конкурентоспроможність всіх галузей сільськогосподарського виробництва значно залежить від матеріально-технічної бази, найважливішою складовою якої є основні виробничі засоби. Стан і рівень розвитку матеріально-технічної бази та її головні ланки – основних засобів виробництва – забезпечує пропорційний розвиток галузей агропромислового комплексу, удосконалення економічних взаємовідносин, чітку взаємодію потужностей з нарощування виробництва продукції, поліпшення її якості, транспортування, переробки і доведення до споживача. Актуальність теми зумовлена необхідністю теоретичного обґрунтування та практичного дослідження економічної ефективності використання та відтворення основних засобів у сучасних умовах.

На даний час відтворювальний процес у сільському господарстві України зазвичай пов'язують з розвитком інноваційних технологій виробництва та науково-технічним прогресом.

Найбільш прийнятна система показників, які характеризують використання основних засобів у сільському господарстві складається з наступних груп:

- Показники забезпеченості основних засобів (капіталозабезпеченість, капіталоозброєність праці, сума амортизації на 100 га с.-г. угідь);
- Показники руху і відтворення основних засобів (коефіцієнт зростання, коефіцієнт вибуття, коефіцієнт оновлення, сукупного відтворення, приросту, зношення, придатності)
- Показники економічної ефективності використання основних засобів (валова продукція, товарна продукція, прибуток на одиницю площі, та на одного працюючого, вартість основного капіталу на 100 га ріллі та ін.)

Також під час аналізу основних засобів варто використовувати техніко-економічні показники, що характеризують рівень використання окремих груп виробничих основних засобів (коефіцієнт покриття потреби у техніці, технічна оснащеність, забезпеченість комбайнами на 100 га ріллі, забезпеченість тракторами на 1000 га ріллі).

Користуючись цими показниками можна не тільки дати реальну оцінку ефективності, але і побачити нераціональне використання основних засобів, розробити практичні заходи щодо їх усунення.

Важливим фактором, що впливає на ефективність використання основних засобів є рівень капіталозабезпеченості виробництва.

Для визначення впливу капіталозабезпеченості виробництва на ефективність використання основних засобів проведемо групування сільськогосподарських підприємств (табл.1)

Групування господарств показує: чим більша вартість основних засобів припадає на 100 га с.-г. угідь – тим більші результативні показники діяльності: валова і товарна продукція, прибуток, рентабельність. Матеріали табл.1 свідчать, що при збільшенні вартості основних засобів на 100 га с.-г. угідь від першої до третьої групи майже на 38%, валова продукція на одиницю земельної площі збільшилася майже у 5 разів, прибуток у чотири рази. Аналогічна ситуація із показниками рентабельності.

Аналіз результатів проведеного дослідження свідчить, що сільськогосподарські підприємства, які краще забезпечені основними виробничими засобами, одержують більше валової продукції і прибутку на одиницю земельної площі, в них вища урожайність культур і продуктивність тварин.

Це дає підставу стверджувати, що зміцнення матеріально – технічної бази, формування відповідних розмірів її головної ланки – основних виробничих засобів – є одним із важливих шляхів підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва.

Проте, слід зауважити, що стан основних виробничих засобів сільськогосподарських підприємств в досліджуваному регіоні є критичним. Наявні силові і робочі машини, транспортні засоби в переважній більшості підприємств відпрацювали строки служби, вони занадто зношені, потребують ремонту і заміни.

Таким чином, можна зробити відповідні **висновки**: на більшості аграрних підприємств Черкаської області впродовж останніх років спостерігається низький рівень забезпеченості основними засобами. Недостатня забезпеченість засобами праці може призвести до небажаних наслідків: зниження обсягів виробництва продукції, низької продуктивності праці, високої собівартості продукції, і, як наслідок, зниження джерел відтворення. Джерелами оновлення та відтворення основних засобів в аграрних підприємствах є акумулювання коштів у вигляді амортизаційного фонду та купівля нових, які необхідні для виробничого процесу.

1. Ефективність використання основних засобів залежно від рівня фондозабезпеченості виробництва в аграрних підприємствах Черкаської області, 2011р.

Показники	Групи за вартістю основних засобів на 100 га с.-г. угідь, тис.грн			Всього
	До 50	50,1-200	Понад 200	
Кількість підприємств у групі, одиниць	112	155	122	389
Вартість основних засобів на 100 га с.-г. угідь, тис.грн	27,8	108,4	563,5	239,5
Валова продукція на 100 га с-г угідь, тис. грн.	226,3	251,6	842,1	439,3
Товарна продукція на 100 га с.-г. угідь, тис.грн	268,1	312,6	548,4	380
Прибуток на 100 га с.-г. угідь, тис.грн	29,2	35,5	86,8	50,9
Валова продукція на 1 грн основних засобів, грн	8,1	2,3	1,5	1,8
Товарна продукція на 1 грн основних засобів, грн.	9,6	2,9	1,0	1,6
Прибуток на 1 грн основних засобів, грн	1,0	0,3	0,2	0,2
Рентабельність, %	12,2	12,8	18,8	15,5
Урожайність ц/га: зернових	42,5	49,5	49,0	47,8
Соняшнику	18,8	21,0	23,2	21,1
Цукрових буряків	374,1	324,2	326,5	335,0 3
Надій від 1 корови, кг	3608	3682	4905	4265 42
Середньодобові прирости ВРХ, г	389	437	506	461
Середньодобові прирости свиней, г	230	316	447	375
Поголів'я ВРХ на 100 га с.-г. угідь, голів	14	12	24	16

Список використаних джерел:

1. Білоусько Я.К. Державна підтримка – техніко технологічного переоснащення аграрного виробництва/ Білоусько Я.К., Товстопат В.Л. – К.:ННЦ І АЕ, 2010. – 56с.

2. Бочко А.Ф. Производственные фонды и финансы совхозов/ Бочко А.Ф. – М.: Финансы, 2008. – 176с.
3. Каюмов Ф.К. Эффективность капиталовложений и основных фондов/ Каюмов Ф.К. – Ташкент: ФАН, 2009. – 212с.
4. Підлісецький Г.М. Основні засоби сільськогосподарського призначення: потреба та забезпеченість/ Г.М. Підлісецький, М.І. Герун – К.: ННЦІАЕ, 2010, – 97с.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД НЕПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ

**О.Ю. ВАРВАРУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕПОЧАТЕНКО О.О.**

У кожній державі система непрямого оподаткування формувалася під впливом специфічних, історичних, політичних та релігійних умов, які визначають її подальший розвиток.

Україна вважається країною, що розвивається під впливом країн із розвинутою ринковою економікою. Тому стратегічним напрямом зовнішньоекономічної політики України є інтеграція в європейські структури, яка не можлива без удосконалення вітчизняної практики застосування непрямих податків, що потребує звернення до зарубіжного досвіду з метою порівняльного аналізу, при зіставленні різних норм фінансового державного регулювання.

Непрямі податки становлять досить вагомий частину в загальному обсязі податкових надходжень у розвинених країнах світу: на рівні штатів США, за розрахунками О. Мещерякової, їхня частка не перевищує 40%, значна частина приділяється адмініструванню непрямих податків, у країнах Євросоюзу і Східної Європи.

Питання, пов'язані з використанням непрямих податків, їх роллю у системі оподаткування та механізмом справляння, виступають предметом досліджень: Деєва Н., Ю. Іванов, Т. Єфименко. Вагомий внесок у дослідження непрямих податків також зробили відомі західні фахівці: Ш. Бланкарт, Ж. – П. Боден.

Слід зазначити, щодо непрямого оподаткування, а відповідно до непрямих податків, у зарубіжних дослідженнях і законодавствах належать такі: ПДВ, акцизи на певні групи підакцизних товарів, митні збори, інші форми податків з обороту. В Угоді СОТ про субсидії види непрямих податків розширюються і до них належать податки, що означають податки на продаж, акцизний збір, податок з обороту, податок на додану вартість, податок з франшизи, гербовий збір, податок на дарунки та спадщину, податки на матеріальні запаси та обладнання, кордонний збір та всі податки, які не є прямими та імпортом митом.

Одним із найбільш важливих видів непрямих податків є податок на додану вартість, який часто називають “європейським податком”, підкреслюючи вагомий значення у встановленні та розвитку європейського інтеграційного процесу. У Європі податок на додану вартість є важливим джерелом дохідної бази бюджету Європейського Союзу (сьогодні кожна країна її учасниця перераховує 1.4% власних надходжень від цього податку до консолідованого “європейського” бюджету.).

За результатами узагальнення наукових праць різних учених, ставки податку на додану вартість у різних країнах досить відрізняються між собою і залежать від загального економічного стану країни та її економічної політики. У таких країнах, як Аргентина, Бразилія, Велика Британія, Данія, Фінляндія та інших, встановлена єдина ставка податку на додану вартість, величина якої коливається від 3 до 28%. Найнижчі ставки застосовуються в Японії – 3%, Панамі – 5%, у багатьох країнах Латинської Америки – 6-7%, у Канаді – 9%, а найвищі у Болгарії – 20, Чехії, Словаччини та Норвегії – 23%, Данії – 25%. У багатьох країнах існує кілька ставок податку на додану вартість. У Німеччині та Нідерландах, наприклад, їх дві, у Ізраїлі, Австрії та Іспанії – три, у Греції, Італії, Румунії – чотири, у Кенії, Марокко та Туреччині – п'ять, у Бельгії – шість.

У розвинених країнах Європейського Союзу з метою захисту малозабезпечених громадян прийнято стандартну ставку на більшість товарів і дещо нижчу на основні продукти харчування, книги та ліки.

Акцизний податок – це непрямий податок на окремі товари (продукцію), визначені законом як підакцизні, який включається до ціни цих товарів (продукції).

В залежності від метода встановлення надбавки розрізняють фіксовані й пропорційні ставки акцизів. Фіксовані – встановлюються в грошовому вимірі на одиницю товару. Пропорційні ставки акцизу встановлюються у процентах до обороту реалізації.

В окремих країнах надходження від акцизів є ваговою статтею бюджетних доходів. У Польщі, Чехії та Угорщині надходження від акцизних зборів становлять 10—15% усіх податкових надходжень, в Канаді — 9,9, в Японії — 7,3, у США — 6,8%.

Аналіз робіт вчених показав, що важливим аргументом, на користь застосування акцизного податку, в податкових системах розвинених країн світу можна вважати можливість регулювання за допомогою диференціації ставок рівня рентабельності підакцизних товарів та врахування змін, які очікуються на споживчому ринку внаслідок введення чи підвищення ставок цього податку. Наявність властивих акцизам позитивних ознак зумовлює досить чільне його місце в податкових системах розвинених країн світу, досвід яких є корисним для України, особливо, зважаючи на обраний нею курс на гармонізацію з податковою системою країн Європейського Союзу.

Мита, стягнуті в ЄС, які виконують переважно протекціоністську функцію і мають дві основні форми: антидемпінгові та компенсаційні мита. Антидемпінгові мита, порівняно з компенсаційними, застосовуються частіше, регулярніше. Мита встановлюються на зовнішніх кордонах ЄС щодо імпортованих та експортованих товарів і визначаються з урахуванням таких характеристик: тарифікація товарів, походження товарів, кількість товарів, митна вартість товарів, тарифна ставка.

Тарифікація товарів здійснюється на основі комбінованої номенклатури товарів, де кожен вид товару має відповідний код. Походження і митна вартість товарів визначаються Митним кодексом ЄС. Тарифні ставки встановлюються відповідно до реєстру ЄС Єдиним митним тарифом (ЄМТ). Правову основу застосування митних зборів становлять законодавство ЄС, міжнародні угоди ЄС про вільну торгівлю та Генеральна угода з тарифів та торгівлі (ГАТТ), учасником якого є Європейський Союз.

Висновки. У цілому аналіз практики ЄС щодо використання непрямого оподаткування та його впливу на доходи бюджету та економічний розвиток, на формування ВВП, дозволить урахувати такі його особливості:

- ✓ надходження від непрямих податків є одним з трьох базових джерел доходів бюджетів країн-членів, до яких відносяться, крім того, – надходження прямих податків і соціальних страхових платежів;

- ✓ розвиток системи непрямого оподаткування обумовлювався необхідністю гармонізації та спрощення торговельних режимів у середині союзу та у торгівлі із іншими країнами – торговельними партнерами;

- ✓ головним непрямим податком виступає податок на додану вартість, доходи від справляння якого формують у середньому 6–9% ВВП;

- ✓ у країнах ЄС оподаткування ПДВ характеризується поєднанням двох важливих і з першого погляду суперечливих складових – широка база оподаткування та високі, порівняно з іншими країнами, ставки податку. Проте високий рівень організації системи оподаткування та адміністрування податків дозволяє успішно збалансувати різноманітність баз оподаткування та диференційованих ставок;

- ✓ справляння інших непрямих податків і зборів (звичайних податків, митних зборів) достатньо диференційоване в розрізі різних країн. Їх система є доповнюючою та балансує з метою оптимізації впливу платників податків та економічний розвиток непрямі форми оподаткування;

- ✓ процес розширення країн-членів Євросоюзу супроводжується процесами подальшої гармонізації та спрощення системи непрямого оподаткування. Перед системою непрямого

оподаткування стоїть завдання збалансування нижчих цін у країнах – нових членах з вищими непрямими податками до умов ЄС;

високий рівень зовнішньоторговельних потоків хоча і обумовлює домінуючу роль непрямих податків в оподаткуванні торгівлі, проте не призводить до проблем надмірного відшкодування по ПДВ з бюджетів країн критичного рівня бюджетних коштів.

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ВАТ «УМАНЬПИВО» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Т.А. ВАХОЦЬКА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРТНИК Т.І.**

В сучасних умовах трансформаційної економіки України підвищення ефективності діяльності підприємств вимагає як найшвидшого оволодіння ринковими методами господарювання. Нестабільність економічного стану більшості з них пов'язана з проблемами організації та управління збутовою діяльністю, некомплексне вирішення яких є причиною неповного задоволення попиту, недоотримання прибутків, збільшення ризиків, пов'язаних зі збутом продукції. Для успішного функціонування підприємству необхідно вдосконалити систему управління збутовою діяльністю. Зважаючи на те, що від ефективної організації збуту залежить виконання виробничо-збутової програми підприємства і результати його господарської діяльності, можна констатувати надзвичайну актуальність ґрунтовного дослідження цих процесів.

Вирішення проблеми ефективності управління збутом на підприємстві є актуальними у період активного становлення і розвитку національного ринку [1,2].

Необхідність адекватного реагування управлінських процесів на зміну умов функціонування та підвищення ефективності збутових заходів зумовлює постійну зацікавленість вітчизняних товаровиробників у вдосконаленні матеріального постачання виробництва та збуту виготовленої продукції як важливих функціональних складових діяльності підприємства. Необхідність підвищення ефективності управління збутом зумовлена багатоплановою значущістю його в діяльності будь-якого підприємства. Управління збутовою діяльністю на підприємствах має на меті ефективне і планомірне використання всіх економічних, організаційних і соціальних можливостей для досягнення кінцевих цілей функціонування цього підприємства [4].

Проблемою підприємств у сфері управління збутом на засадах маркетингу є відсутність в організаційних структурах управління підприємствами служби маркетингу [5]. Серед можливих напрямків удосконалення управління збутом слід виділити необхідність

- розробки маркетингових програм;
- вдосконалення схеми збуту різних товарів;
- пошуку нових шляхів виходу на зовнішні ринки;
- забезпечення розширення асортименту товарів.

Дослідження проблем та напрямків удосконалення управління збутом готової продукції розглянемо на прикладі ВАТ «Уманьпиво».

Це підприємство зайняте в галузі харчової промисловості, займається виробництвом пива, безалкогольних напоїв та солоду. ВАТ «Уманьпиво» за звітний період 2012 р. отримало доходу (виручки) від реалізації продукції 46614 тис. грн., що на 14,04% більше від попереднього року. Матеріально-грошові витрати складають 42090 тис. грн. з них 11,09% припадає витратам на збут, які складають 4669 тис. грн. Рівень рентабельності має тенденцію до зменшення і складає 18,9% у 2012 р., що менше від 2008 р. на 3,8%.

Найбільшу питому вагу в реалізації складають пиво (67%) та безалкогольні напої (23%). Значна частина продукції реалізується через дистриб'юторів (ПП Шандрук І.Є, ТОВ «АНТИП», ПП «Н'ютон») та оптових посередників. Найбільші обсяги продажів продукції ВАТ «Уманьпиво» зосереджені в м. Київ, м. Черкаси та м. Умань. Дослідження проблем

збуту готової продукції складе основу формування пріоритетних напрямків вдосконалення збутової діяльності. Таким чином, слід створити відділ маркетингу та призначити відповідального за збут, розробити схему збуту різних товарів і маркетингових програм для кожного сегмента ринку і тим самим забезпечити диференційований маркетинг, віднайти нові канали збуту, здійснити широку кампанію, спрямовану на формування попиту та стимулювання збуту, забезпечити розширення асортименту товарів, що реалізуються, встановити нові господарські зв'язки щодо постачання товарів, використати прогресивні форми продажу, надати додаткові послуги тощо.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Стратегічне маркетингове управління підприємств: Підручник. – Донецьк: в-во Дон. ДУЕТ, 2009. – 245с.
2. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств: [текст] / С.Є. Хрупович, Л., 2005. – 202с.
3. Войчак А.В. Сучасні тенденції розвитку каналів розподілу / А.В. Войчак // Маркетинг в Україні. – 2010. – №2. – С. 42-43.
4. Пересадько Г.О. Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства / Г.О. Пересадько, О.В. Пересадько, О.В. Радченко, С.І. Науменко // Механізм регулювання економіки. Міжнародний науковий журнал. – 2010. – Т.3, №3 (48). – С. 72-80.
5. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. – Київ: Знання, 2004. – 354с.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Я.С. ВДОВИЧЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МАКУШОК О.В.**

Інтенсифікація конкуренції на промисловому ринку дедалі жорсткіше вимагає від підприємств нових управлінських дій та підходів до ведення господарської діяльності, стимулює їх до постійного пошуку нових методів конкурентної боротьби, створення нових конкурентних переваг та формування конкурентної стратегії. Задля вирішення цього завдання підприємство має знаходити усі можливі джерела їх набуття. Тому на сьогодні з найактуальніших проблем економіки є визначення та обґрунтування можливих джерел формування конкурентних переваг суб'єктів господарювання різних галузей та формування конкурентної стратегії підприємства. Водночас, формування конкурентних переваг та конкурентної стратегії та визначення їх впливу на конкурентоспроможність підприємств мають свою специфіку на певних ринках.

Значний науковий внесок в дослідження теоретичних проблем конкуренції, конкурентних стратегій, конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємств внесли такі закордонні вчені, як Г. Азоев, І.Ансофф, А.Градов, П. Забелін, П. Зав'ялов, Б. Карлоф, М. Книш, Ф. Котлер, Ж. – Ж.Ламбен, М.Портер, Дж. Робінсон, А. Сміт, Р. Фатхутдинов, Ф. Хайек, О.Челенков, Е.Чемберлін, Й. Шумпетер, А. Юданов та ін. Серед вітчизняних дослідників цієї проблеми слід відзначити: А. Воронкову, В. Герасимчука, В. Диканя, Ю.Іванова, Б.Кваснюка, М. Кизима, О. Тридіда, П. Орлова, О. Тищенко, В. Шинкаренка та ін. Однак низку завдань теоретико-методичного обґрунтування класифікації, оцінювання, підтримки та формування конкурентних переваг підприємства розроблено недостатньо повно і за сучасних умов господарювання вони вимагають уточнення та розвитку.

Конкуренція – основний чинник, який доводиться враховувати компаніям для того, щоб досягти успіху на ринку. Саме конкуренція визначає, наскільки доречна вибрана стратегія компанії і такі її компоненти, як інновації, капітал, менеджмент, корпоративна культура та ін.

Стратегія конкурентоздатності або конкурентна стратегія – це прагнення компанії зайняти конкурентну ринкову позицію в галузі – тобто на головній арені, де відбувається конкурентна боротьба.

Конкурентна стратегія має на меті забезпечити компанії таке положення, яке дозволяє їй отримувати прибуток на довгостроковій основі, добитися стійкості і вигідної позиції, що дозволяє компанії протистояти натиску таких сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі.

В умовах динамічних змін зовнішнього середовища, глобалізації, загострення конкуренції, різкого підвищення значення маркетингової діяльності та ефективного використання ресурсів стратегія стає інструментом створення і підтримки домінування підприємства, яке базується на спеціалізації і здатності створювати цінність у певній галузі на вищому рівні, ніж це роблять конкуренти.

Оцінюючи рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, що працюють на ринках організацій-споживачів, слід зазначити що для більшості з них протягом тривалого часу стратегічним завданням було забезпечення виживання в принципово нових економічних відносинах. Конкуренція виробників як двигун розвитку цивілізованого ринку викликала необхідність появи нових і переорієнтації раніш виконуваних функцій, покладених на керівництво підприємства. Йдеться про те, що посилення конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках, прискорення змін в економіці, підвищення вимог споживачів до товарів, рівня наданих послуг в результаті стає причиною того, що для ефективного розвитку підприємства мають володіти конкурентними перевагами в сфері покращення якості, зниження цін, гнучкість реакції на зміну потреб споживачів чи ринкової ситуації, впровадження інновацій тощо.

Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств у складному, динамічному і невизначеному середовищі вимагає від них мобілізації зусиль з адаптації, гнучкості системи управління і виробничої системи, повного й комплексного використання власного стратегічного потенціалу і вміння протистояти конкурентам.

Створення ефективної концептуальної моделі формування і реалізації конкурентної стратегії підприємства можливе лише за умови адаптації до практичної діяльності як самих суб'єктів мікроекономічного рівня, так і сучасної теорії стратегічного планування та управління. Сьогодні ринок визнаний як цивілізаційна цінність, відтак могутність і добробут України залежить від того, чи буде розвиватися економіка і виробництво, та чи зможуть підприємства і підприємці пристосуватися до нових умов господарювання і розвитку у ринковій економічній системі. Ці завдання є одним з основних, першочергових елементів створення, існування та розвитку промислового підприємства в умовах конкурентного середовища, що динамічно розвивається і формується на теренах національної економіки.

У промислово розвинених країнах питанням адаптованості підприємств приділяється чимало уваги, оскільки вся система світової економіки та її еволюційний розвиток побудовані на ринкових механізмах, економічній стратегії, конкуренції.

Особливе значення, з точки зору забезпечення високих фінансових результатів і стійкої конкурентної позиції, набуває створення, ефективна реалізація та підтримка існуючих конкурентних переваг підприємства, які, власне, й забезпечують його конкурентоспроможність. Вирішення цього завдання потребує розробки науково-методичного забезпечення процесів оцінювання та формування ефективних і стійких конкурентних переваг підприємства.

При формуванні маркетингової стратегії промислового підприємства насамперед зважають на такі чотири групи основних чинників:

1. Тенденції розвитку від попиту й зовнішньої маркетингової середовища (ринковий попит, запити споживачів, система товароруху, правове регулювання, тенденції в ділових колах, умови територіального розміщення).
2. Стан й особливо конкурентної боротьби над ринком, основні фірми-конкуренти і стратегічні напрями своєї діяльності.
3. Управлінські ресурси, і можливості самої фірми (товарні, фінансові, торгові, кадрові,

науково-технічні, інформаційні), визначення своїх сильних сторін у конкурентній боротьбі.

4. Основна концепція розвитку фірми, її глобальні цілі й завдання підприємницької діяльності у основних стратегічних зонах.

Усі ці основні шляхи формування конкурентної стратегії необхідно використовувати при формуванні адекватної стратегії досягнення конкурентних переваг в системі маркетингу вітчизняного промислового підприємства.

ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

М. ВЕРЗУН, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.

Фінансовий стан підприємства знаходиться в прямій залежності від ефективності його діяльності. Незадовільний фінансовий стан призводить до зниження припливу зовнішніх фінансових надходжень, що відображається на обсягах випуску продукції, тобто на величині фінансових ресурсів, які виробляються. Однак вмiле маневрування фінансовими ресурсами, що знаходяться в розпорядженні, та ефективне їх використання дає можливість підприємству покращити фінансовий стан. Саме серед проблем управління фінансовими ресурсами оцінювання ефективності їх використання є однією з найважливіших. Воно необхідне як у процесі формування фінансових ресурсів, так і їх використання, особливо в сучасних умовах господарювання.

Значна кількість підприємств в Україні має незадовільну структуру капіталу та відчуває нестачу оборотних коштів. За своєчасної розробки та впровадження заходів, спрямованих на поліпшення фінансового стану в довгостроковому періоді, такі підприємства можуть збільшити свій майновий потенціал, відновити платоспроможність та прибутковість. 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 фінансового стану підприємства.

Фінансовий стан – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає ступінь забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, раціональності їх розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому. Незадовільний фінансовий стан – характеризується неефективним розміщенням засобів, їх іммобілізацією, незадовільною платіжною готовністю, простроченою заборгованістю перед бюджетом, постачальником і банком, недостатньо стійкою потенційною фінансовою базою в зв'язку з несприятливими тенденціями в виробництві, неправильно вибраною стратегією розвитку, некомпетентністю керівництва тощо.

Фінансовий стан підприємства прямо залежить від його виробничої діяльності і при успішному виконанні та перевиконанні плану за виробництвом і реалізацією продукції, зниженні її собівартості підприємство одержує надплановий прибуток; утворюються додаткові джерела коштів, що в кінцевому результаті сприяє зміцненню фінансового стану підприємства. Тому резерви подальшого поліпшення фінансового стану – це передусім краща виробнича діяльність.

Інформаційною базою для оцінки фінансового стану служать такі джерела інформації: Баланс (форма №1), Звіт про фінансові результати (форма №2), Звіт про рух грошових коштів (форма №3), Звіт про власний капітал (форма № 4), Примітки до річної фінансової звітності (форма №5).

Фінансовий стан характеризуються показниками фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності, станом дебіторської заборгованості й довгострокових поточних зобов'язань.

Прийняття управлінських рішень базується на результатах економічного аналізу. Механізмом оцінки фінансового стану підприємства є фінансовий аналіз, що являє собою процес дослідження фінансового стану та основних результатів діяльності підприємства з метою виявлення резервів підвищення його ринкової вартості та забезпечення реалізації стратегічних цілей розвитку.

Для оцінки діяльності економічного суб'єкта аналітик може використовувати різні прийоми економічного аналізу. При цьому фінансовий стан економічного суб'єкта розглядається як синтетичний показник результату його господарської діяльності до сукупності з раціональним розміщенням фінансових ресурсів.

Умови діяльності сільськогосподарських підприємств нині формуються під впливом макроекономічних, галузевих, регіональних і внутрішніх чинників. З них на фінансовий стан сільськогосподарських підприємств позитивно впливали: поживлення загальної економічної ситуації в країні, вигідне географічне положення, наявність родючих ґрунтів, сприятливі природно-кліматичні умови, державна кредитна підтримка товаровиробників, створення державного фонду підтримки операцій страхування, впровадження державних програм розвитку ринкової та соціальної інфраструктури села, пільгові умови оподаткування, державна підтримка цінової кон'юнктури і збуту основних видів продукції. Водночас негативно впливали чинники, зумовлені діяльністю постачальників та споживачів продукції сільськогосподарських підприємств, низькою купівельною спроможністю населення, нестачею інвестиційних і кредитних ресурсів, низькими обсягами операцій із страхування сільськогосподарських ризиків, несприятливими умовами життя сільського населення, незадовільним розвитком соціальної інфраструктури і низькими обсягами інновацій в галузь вплив негативних чинників посилювався в період фінансової кризи.

Отже, фінансовий стан – це одна з найважливіших характеристик діяльності кожного підприємства, а оцінка фінансового стану – важлива складова управлінської діяльності. Для забезпечення задовільного фінансового стану на кожному підприємстві у загальній системі фінансового менеджменту необхідно розробити та забезпечити реалізацію системи аналізу і оцінки фінансового стану, адаптованої до особливостей функціонування даного підприємства на ринку, завдань його фінансової стратегії та політики, фінансової ментальності власників тощо.

ТЕНДЕНЦІ СВІТОВОГО ТА ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ

**І.М. ВИДАЙКО, студ. V курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент НЕВЛАД В.Ф.**

Сільськогосподарське машинобудування є високоінтегрованою галуззю і характеризується глобалізацією, яка постійно наростає.

Більшість техніки та обладнання середньої потужності в Європі виготовляється європейськими фірмами й дочірніми підприємствами американських компаній. Зростає випуск техніки середньої потужності в Мексиці, Бразилії та Аргентині, де її виготовляють за ліцензіями європейських та американських виробників або в рамках спільних з ними підприємств. На світовому ринку сільськогосподарської техніки малої потужності домінує Японія. Нарощують виробництво такої техніки Республіка Корея, Індія та Китай.

Як свідчить аналіз ринків сільськогосподарської техніки провідних країн, для них характерним є значні коливання обсягів продажів за окремими країнами і роками. Майбутнє зростання обсягів продажів компанії -виробники сільгосптехніки пов'язують із розширенням ЄС і дальшим просуванням її на ринки країн, що розвиваються.

Характерною ознакою сучасного ринку сільгосптехніки за рубежом є широка гама типорозмірних рядів енергетичних засобів і шлейфу робочих машин, що дає змогу якнайшвидше задовольняти потреби всіх груп споживачів щодо продуктивності МТА та

умов їх використання, способів агрегування сільгоспмашин з тракторами, комфортності умов роботи, фінансових можливостей споживачів, технологій вирощування сільгоспкультур тощо.

Ринок сільськогосподарської техніки в Україні до цього часу не сформувався. Низька купівельна спроможність сільськогосподарських товаровиробників призвела до того, що обсяги продажів сільгосптехніки за останні 10 років скоротились у 10–20 разів і більше, а окремих машин — зовсім припинились.

У період планової економіки підприємства України виготовляли лише близько 30% найменувань техніки, потрібної сільськогосподарському виробництву. Із переходом до ринкової економіки до виробництва сільгосптехніки підключилася низка підприємств інших галузей, розширили номенклатуру виробництва підприємства сільськогосподарського машинобудування. Останніми роками ними освоєно виробництво понад 500 найменувань сільгосптехніки, яку раніше в Україні не виготовляли, і нині вони здатні задовольнити попит.

За результатами маркетингового 2011 року, в Україну було імпортовано більше 2700 зернозбиральних комбайнів на суму близько \$330 млн. У вартісному виразі лідерами серед торгових марок стали: «Claas» (25,3% загального імпорту комбайнів в Україну), «John Deere» (17,4%) і «Палес» (15,1%). У вартісному вираженні лідерами серед імпортерів комбайнів стали компанії «Техноторг-Дон» (16,2% загального імпорту комбайнів в Україну) і «Ростсельмаш» (7,4%). За ними йдуть імпортери американських і європейських комбайнів: компаній «Райз» (6,5%), «Агротек» (5,2%) і «Новофарм» (4,6%). Помітно, що у вартісному вираженні більша частина імпортованої техніки – нова (комбайни – більше 80%, трактори – більше 90%). Отже, в Україну стало менше імпортуватися техніки яка була уже у використанні. Це позитивна тенденція ринку. У той же час потреба в сільськогосподарській техніці в Україні ледь задоволена наполовину.

Незважаючи на зростаючі обсяги імпорту, Україна належить до числа ринків, що розвиваються.

Провідні компанії-виробники, торгові марки яких займають лідируючі позиції, як і раніше знаходяться в процесі формування дилерських мереж. На розвинених сільськогосподарських ринках до дилерів пред'являються дуже жорсткі вимоги за обсягом продажів, сервісним майстерням і складу запасних частин, а дилерські мережі розвиваються за регіональним принципом.

Відсутність серйозних інвестицій в післяпродажне обслуговування у ввірених дилерам областях призводить до ослаблення торгової марки, стимулює появу нових гравців і тягне подальший переділ ринку. У 2012-2013 році на ринок України очікується вихід двох великих іноземних трейдерів, які через продаж техніки яка була у користуванні і будівництво сервісних центрів в пріоритетних областях, зможуть за 2-3 роки наростити необхідний об'єм продажів і зайняти достатні частки ринку для отримання офіційного дилерства. Все це змусить українських трейдерів або поступитися амбіціями національного масштабу на користь нових компаній і опуститися до рівня регіональних гравців, або змусить інвестувати в розвиток сервісних центрів в інших областях України і залишитися лідерами.

На даний час в сільському господарстві – стратегічної галузі України – маркетинг відіграє ключову роль. Зазвичай витрати на маркетинг у компаній-лідерів цього бізнесу становлять 2-3% від обороту. Будь-який власник вимагає ефективного використання коштів. Тому принципово важливо спочатку вибудувати правильну й ефективну систему комунікацій з клієнтами, яка завтра збільшить продажі компанії.

У кожному разі, маркетингова комунікація компанії-імпортера повинна бути спрямована на кінцевого споживача і створення з ним довгострокових партнерських відносин. Для цього фахівці з маркетингу повинні не тільки розробити для компанії-імпортера комплекс ефективних методів просування, але й мають виконати частину роботи: від маркетингового дослідження до створення відповідного іміджу.

НЕДОЛКИ ВІТЧИЗНЯНОЇ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СИСТЕМИ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТІВ

**В.С. ВИШНЕВА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

В Україні використовується казначейська система касового виконання бюджетів, яка передбачає, що орган, який на практиці управляє фінансовими ресурсами держави – державна казначейська служба України здійснює контроль за веденням бухгалтерського обліку надходжень та витрат бюджетів всіх рівнів, складанням та поданням фінансової і бюджетної звітності, бюджетними повноваженнями при зарахуванні надходжень бюджетів, за відповідністю кошторисів розпорядників бюджетних коштів показникам розпису бюджету, відповідністю взятих бюджетних зобов'язань розпорядниками бюджетних коштів відповідним бюджетним асигнуванням, паспорту бюджетної програми, відповідністю платежів взятим бюджетним зобов'язанням та відповідним бюджетним асигнуванням.

В той же час, практика бюджетних правовідносин засвідчує, що на протязі всього періоду функціонування державної казначейської служби України, чи її попередника – державного казначейства України, підрозділи казначейської служби держави належним чином виконували їх завдання і функції, забезпечуючи при цьому як практичну реалізацію державної казначейсько-бюджетної політики, так і розробку напрямів її вдосконалення.

В той же час, в Україні в останні роки відбувся перерозподіл бюджетних ресурсів від місцевих бюджетів до державного бюджету. Зокрема, статистичні дані свідчать, що останніми роками через місцеві бюджети здійснюється перерозподіл лише 6-8% валового внутрішнього продукту та, при цьому, частка власних надходжень місцевих бюджетів в структурі доходів зведеного бюджету складає 25-30%.

Внаслідок цього в структурі доходів місцевих бюджетів спостерігається зростання обсягів міжбюджетних трансфертів, що є інструментом бюджетного регулювання. Крім того частина доходів бюджетів муніципалітетів формується за рахунок місцевих податків та зборів. Поряд з цим, частка місцевих податкових платежів у структурі їх доходної бази щороку скорочується. В результаті описаних нами процесів рівень власних надходжень бюджетів місцевого рівня є вкрай незначним, а тому вони значною мірою залежать від трансфертів, основна частка яких надходить з державного бюджету, питома вага та розмір яких з року в рік суттєво зростають.

Крім перелічених недоліків вітчизняної казначейської системи касового виконання бюджетів, найсуттєвішою проблемою нині є неналежний рівень справляння місцевих податків, що зумовлює зростання саме залучених джерел доходів у доходній базі місцевих бюджетів а також затримки (касові розриви) в роботі підрозділів державного казначейства. Також, на наше переконання, значною проблемою в роботі підрозділів державної казначейської служби України є нечіткий розподіл функцій в розпорядженні бюджетними коштами як державного так і місцевих бюджетів між підрозділами державної казначейської служби України та Міністерства фінансів України, завдання яких не лише є схожими, але й часто тотожними.

Суттєві недоліки, спричинені недостатньою узгодженістю дій податкових, фінансових та казначейських органів, наразі також має вітчизняна система бюджетного планування. В зв'язку з цим, варто зауважити, що нині в Україні дедалі більше приділяється увага плануванню податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів та все менше при цьому фінансові і казначейські органи звертають увагу на планування розмірів неподаткових доходів. Що ж до планування витрат бюджетних установ, то воно останніми роками проводиться за залишковим принципом, внаслідок чого значна частина витрат шкіл, дитячих садків, лікарень та інших бюджетних установ місцевого рівня якщо і фінансуються, то не за кошти бюджетів, а виключно за рахунок спонсорів, добровільних пожертвувань фізичних осіб та інших джерел.

Крім того, дослідження практики діяльності казначейських органів України, проведені

окремими науковцями свідчать про те, що вони, внаслідок скорочення чисельності працюючих та в силу загруженості їх працівників, останнім часом не приділяють достатньо уваги бюджетному контролю та запобіганню бюджетних правопорушень. Ще однією проблемою в діяльності казначейства є громіздкість та складність форм звітності про використання бюджетних коштів а також виконання кошторисів та бюджетів, що вимагає додаткових затрат праці від підрозділів державного казначейства.

Крім того сучасна практика діяльності підрозділів державної казначейської служби України свідчить, що зазначені установи не формують жодних надходжень до бюджетів від своєї операційної діяльності. В той же час, на етапі його запровадження казначейство повинно було приймати платежі до бюджетів безпосередньо в операційних підрозділах своїх відділень на місцях та, завдяки отриманню плати за послуги, мало б заробляти кошти, за рахунок яких не лише функціонувало б саме казначейство, але й фінансувалися б окремі потреби держави. Слід відмітити, що саме за рахунок надання банківських послуг функціонують установи державного казначейства в країнах Євросоюзу та інших країнах світу.

Висновки. Всі перелічені проблеми заважають не тільки підрозділам державної казначейської служби України виконувати їх функції у порядку та на умовах, визначених Бюджетним кодексом України, але й виконанню бюджетів загалом, а тому потребують термінового та ефективного вирішення.

СУТНІСТЬ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ

**Я.М. ВОВК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕПОЧАТЕНКО О.О.**

Для забезпечення безперебійного процесу виробництва на підприємстві, крім основних виробничих засобів, потрібні предмети праці, які виступають у вигляді оборотних засобів.

Оборотні засоби – це частина виробничих засобів, які повністю споживаються в кожному виробничому циклі, при цьому переносять усю свою вартість на створювану продукцію і змінюють свою натуральну форму. Речовим змістом оборотних засобів є предмети праці, які в процесі виробництва перетворюються на готову продукцію, становлячи її матеріальну основу, або сприяють її створенню.

Оборотні засоби перебувають у постійному русі (обороті), починаючи від надходження предметів праці на склад підприємства до отримання готової продукції та переходу її у сферу обігу (реалізації). У плановій та обліковій практиці оборотні засоби поділяють на: виробничі запаси, незавершене виробництво і напівфабрикати власного виготовлення, витрати майбутніх періодів.

Співвідношення окремих елементів оборотних засобів до загального їх обсягу характеризує їхню виробничо-технологічну (стадійну) структуру, яка формується під впливом цілого ряду факторів (характеру виробництва, особливостей продукції та технології її виготовлення, умов забезпечення підприємства сировиною та матеріалами тощо). Ця структура з часом змінюється. Так, за останні роки в структурі оборотних засобів спостерігається тенденція до зменшення питомої ваги виробничих запасів і відповідно до збільшення частки незавершеного виробництва та витрат майбутніх періодів.

На підприємствах різних галузей структура оборотних фондів має значні відмінності, зумовлені особливостями застосування технологій, умовами забезпечення і видами застосування матеріальних ресурсів, рівнем та видами спеціалізації тощо. Наприклад, на підприємствах легкої та харчової промисловості виробничі запаси сягають 80–90%, а незавершене виробництво коливається в межах 5–20%, тоді як на підприємствах машинобудування ця частина оборотних фондів може становити 40%. На підприємствах видобувної галузі висока частка витрат майбутніх періодів (40–50%).

Оборотні засоби вступають у виробництво у своїй натуральній формі і в процесі

виготовлення продукції повністю споживаються. Після закінчення виробничого циклу, виготовлення продукції та її реалізації авансовані оборотні кошти відшкодовуються у складі виручки від реалізації продукції. Це створює можливість систематичного поновлення процесу виробництва, який здійснюється завдяки неперервному кругообігу засобів підприємства.

У своєму кругообігу оборотні засоби послідовно проходять наступні три стадії:

- грошова стадія кругообігу – є підготовчою і відбувається у сфері обігу, де гроші перетворюються на виробничі запаси (придбання сировини, матеріалів та інших ресурсів);
- виробнича стадія кругообігу – являє собою безпосередній процес виробництва, який закінчується випуском готової продукції;
- товарна стадія кругообігу – на даній стадії виготовлена продукція реалізується, підприємство отримує відповідний виторг, який не лише повністю відшкодовує раніше авансовані витрати, але й містить певний прибуток.

Рухаючись стадіями кругообігу послідовно і безперервно, оборотні засоби у певній своїй частині одночасно знаходяться в різних формах (грошовій, товарній) на усіх стадіях, обслуговують сфери виробництва й обігу, відображають вартість оборотних фондів і фондів обігу.

Джерелом формування оборотних засобів можуть бути: власні оборотні кошти – тобто кошти, які постійно перебувають у розпорядженні підприємства і формуються за рахунок власних ресурсів; залучені оборотні кошти; позикові оборотні кошти – це кредити та позики банків короткострокового та довгострокового характеру. До позикових фінансових ресурсів, які використовуються для поповнення оборотних засобів, належать також усі види кредиторської заборгованості; короткострокові фінансові вкладення – вкладення строком до одного року.

Висновки. Ефективно функціонує те підприємство, яке при мінімальних витратах досягає максимального результату. Мінімізація витрат на підприємстві вимагає оптимізації структури джерел формування оборотних засобів, тобто оптимальне поєднання власних та позикових коштів.

Оборотні засоби підприємств становлять сукупність оборотних фондів і фондів обігу, виражених у вартісній формі. Інакше кажучи, вартість оборотних засобів набуває форми оборотних фондів і фондів обігу.

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

**Я.М. ВОВК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник, к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С. А.**

Перехід економіки України до якісно нової моделі господарювання, яка передбачає реформування всієї облікової системи і системи управління господарським механізмом підприємства у відповідності до міжнародних стандартів обліку, зумовлює необхідність нового підходу до поглибленого дослідження питань аналізу оборотного капіталу та вивчення тих функцій, які він виконує у господарській діяльності підприємств.

Необхідність перебудови облікової системи України на міжнародні принципи обліку та статистики, викликана Указом Президента "Про перехід до загальноприйнятої в міжнародній практиці системи обліку та статистики", потребує формування нової бази обліку і аналізу оборотного капіталу на підприємствах різних форм власності.

Для вітчизняної економіки термін оборотний капітал є відносно новим. Більш звичним і використовуваним є термін оборотні кошти, який фігурує у законодавчих і нормативних актах та у господарській практиці. Проте з виходом українських підприємств у міжнародний економічний простір та для порозуміння різних суб'єктів господарської діяльності у межах країни та за її кордоном необхідні єдина термінологія та методика аналізу управління оборотним капіталом.

Питанням аналізу оборотних коштів в радянській спеціальній науковій літературі приділялося багато уваги, проте методологія аналізу оборотних коштів в основному носила макроекономічний характер, що було зумовлено централізованим управлінням держави всіма суб'єктами і об'єктами господарської діяльності. Таким чином, з точки зору підприємства оборотні кошти аналізувалися як окремі об'єкти, і такий ретроспективний аналіз був методологічно відірваний від прогнозування і не ставивши за мету створення ефективної інформаційної системи для внутрішнього управління фінансовими ресурсами підприємства.

Оборотний капітал завжди виступає інвестицією, тобто джерелом утворена, але ця інвестиція повинна бути десь розміщеною. Отже, оборотні активи відображають характер розміщення інвестованого у процес господарської діяльності капіталу. У бухгалтерському обліку оборотний капітал відображається в балансі у вигляді оборотних активів, тобто у матеріально-речовинній формі. Проте величина оборотного капіталу також закладена у пасиві балансу і дорівнює сумі авансування у грошовій формі. Таке ствердження опирається на систему подвійного запису господарських операцій у бухгалтерському обліку.

Система управління оборотними засобами це система цілеспрямовано організованих взаємодій між об'єктом та суб'єктом управління шляхом реалізації функцій управління із застосуванням комплексу методів, засобів і фінансово-економічних інструментів дослідження і трансформації взаємопов'язаних процесів формування та використання оборотних активів і джерел їх фінансування за обсягом, складом, структурою з урахуванням дії на них чисельних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Першочерговими проблемами в управлінні оборотними активами є: управління запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами, визначення джерел фінансування.

Значних успіхів в зниженні загальної потреби в оборотних активах можна досягти напрацювавши ефективну політику управління дебіторською заборгованістю.

Невиправдана дебіторська заборгованість є іммобілізацією власного капіталу, а перевищення її певного рівня може призвести до втрати ліквідності і навіть зупинки виробництва. Така ситуація досить характерна для національної економіки з її хронічними неплатежами.

Найбільш поширеним, а підчас і єдиним способом фінансування оборотних активів є кредиторська заборгованість. В більшості випадків сучасна ринкова логіка визначення необхідності в оборотних активах має наступний вигляд: спочатку визначається необхідність в валовому оборотному капіталі для підтримки ділової активності в планових обсягах, потім оцінюються можливості використання в обороті підприємства кредиторської заборгованості та інших залучених коштів. Необхідність у власному оборотному капіталі визначається по остаточному принципу. Уміле управління кредиторською заборгованістю, дозволяє їм значно скоротити потребу в власних грошових коштах.

Таким чином, під оборотним капіталом слід розуміти єдину вартісну субстанцію, тобто єдину сукупну масу вартості, яка обертається у процесі господарської діяльності підприємства у вигляді оборотних активів та оборотних інвестицій. Тому пошук шляхів удосконалення управління оборотним капіталом повинен включати два напрямки аналізу: аналіз оборотних активів та аналіз оборотних інвестицій.

У сучасних ринкових умовах на підприємствах відсутнє чітке розмежування "вигляд активу – відповідне джерело покриття". Проте при виборі політики управління оборотним капіталом важливої ролі набуває аналіз взаємозв'язків і співвідношень між обсягом і структурою оборотних активів та величиною поточних пасивів, тому що аналіз таких взаємозв'язків дає можливість визначити відповідні джерела фінансування оборотних активів і забезпечити умови фінансової стійкості та ліквідності підприємства.

Висновки. Таким чином, проведення аналізу і формування фінансової політики щодо управління оборотним капіталом повинно полягати не тільки у визначенні обсягів оборотних активів, а також і у тому, як ці оборотні активи будуть фінансуватися.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

**О.Ю. ВОВЧЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЧЕРНЕГА І.І.**

Будь-який керівник у своїй роботі постійно зіштовхується з необхідністю оцінювати підлеглих – для прийняття рішень про заохочення, просування, навчання, результати іспитового терміну, зміні заробітної плати чи преміюванні. Якісно новий рівень розвитку економіки не може бути досягнутий без ефективного використання персоналу підприємств і фірм усіх форм власності. Це давно зрозуміли на більшості фірм промислово розвинутих країн. Прийшов час для усвідомлення цього й на Україні.

Управління персоналом – це спосіб побудови взаємозв'язку між рівнями управління і функціональних областей, що забезпечує оптимальне за даних умов досягнення цілей організації, тобто "система управління" – одне з ключових понять менеджменту, тісно зв'язане з цілями, функціями, процесом управління, роботою менеджерів і розподілом між ними повноважень. У рамках цієї структури протікає весь управлінський процес (рух потоків інформації і прийняття управлінських рішень), у якому беруть участь менеджери всіх рівнів, категорій і професійної спеціалізації. Структуру можна порівняти з каркасом будинку управлінської системи, побудованим для того, щоб усі процеси, що протікають у ній, здійснювалися вчасно і якісно. Звідси та увага, що керівники організацій приділяють принципам і методам побудови структур організації, вибору їхніх типів і видів, вивченню тенденцій зміни й оцінкам відповідності задачам організацій, – це показує актуальність і важливість даної теми в сучасних умовах [1].

Найважливішим фактором ефективної роботи підприємства є своєчасна і високоякісна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації персоналу, що сприяє великому діапазону їхніх теоретичних знань, практичних умінь і навичок. Між кваліфікацією працівника й ефективністю його праці існує пряма залежність: чим вище його розряд, тим вище продуктивність його праці. На виконання однієї і тієї ж роботи у кваліфікованих працівників іде значно менше часу, чим у менш кваліфікованих. Більш кваліфіковані працівники швидше й ефективніше освоюють нову техніку, технологію, методи організації праці. Завдяки своїй вищій освітній і професійній підготовці, такі працівники одержують можливість технологічно «бачити» значно більше свої безпосередні обов'язки в процесі виробництва. Саме це багато в чому визначає більш високий ступінь задоволення своєю працею.

Систему управління підприємства слід розглядати з різних позицій і з урахуванням різних критеріїв. На її дієвість і ефективність впливають:

- дійсні взаємозв'язки між людьми і їхньою роботою. Це відбивається в схемах організаційних структур і в посадових обов'язках;
- діюча політика керівництва і методи, що впливають на людське поведіння; повноваження і функції працівників організації на різних рівнях управління (нижчому, середньому, вищому) [1].

При вмілому сполученні зазначених двох факторів в організації може бути створена така раціональна структура, при якій існує реальна і сприятлива можливість досягнення високого рівня ефективності виробництва.

Для побудови раціональної структури управління необхідно щоб вона відповідала вимогам, пропонованим до організаційних структур новими умовами господарювання. Одне з них – ясність. Кожен підрозділ підприємства, кожен її співробітник (особливо кожен керівник) повинний чітко знати, де він знаходиться і куди йому звертатися за інформацією, чи допомогою рішенням. Ясність не слід плутати з простотою. Простим структурам може не вистачати ясності. І навпаки, дуже складні структури можуть бути дуже ясними. Структура, що не володіє ясністю, створює конфлікти, марно витрачає час, дратує працівників і затримує рішення.

Тісно зв'язано з ясністю вимога економічності. Контроль, нагляд і стимулювання повинні вимагати мінімуму зусиль. Організаційна структура управління повинна сприяти самоконтролю і мотивації. Щоб утримувати підприємство на ходу, мінімально можлива кількість людей (особливо висококваліфікованих і працездатних людей) повинна присвячувати увагу і сили "управлінню", "організації", "контролю", "комунікації", "кадровим проблемам".

Система управління підприємства повинна націлювати увагу всіх співробітників не на зусилля, а на результати роботи підприємства в цілому. Роботу керівників потрібно оцінювати за економічними результатами, а не по стандартах вузько професійної чи компетентності адміністративної майстерності.

Досвід розвитку країн з ефективною ринковою економікою переконливо показує, що найбільш стійка база конкурентоспроможності ґрунтується на високій кваліфікації персоналу, його мотивації і бажання рішення проблем удосконалювання виробництва. Проведення в життя стратегій накопичування і збереження людського капіталу спонукує працівників підтримувати, удосконалювати і модифікувати свої знання, навички й уміння протягом усього трудового життя. Рішення цих задач покликана забезпечити система підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів, основною метою якої є постійне приведення рівня кваліфікації працівників у відповідність з виробничими і соціальними умовами, формування в них високого професіоналізму, сучасного економічного мислення, уміння працювати в нових умовах [2].

Гнучкість організаційної структури відбиває здатність системи зберігати в заданих межах визначені параметри за умов, що змінюються, і забезпечує перехід системи з одного стійкого стану в інше відповідно до заданих цілей.

Отже, для того, щоб організаційна структура управління відповідала сучасним вимогам ринку, вона повинна швидко і досить легко пристосовуватися до умов господарювання, що змінюються, тобто повинна бути гнучкою й адаптивною.

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ЙОГО ФОРМУЮТЬ

**В.В. ВОЛОС, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ТЕРНАВСЬКА І.Б.**

Прибуток – найважливіший показник діяльності підприємства, що характеризує ефективність його функціонування, рушійна сила функціонування та розвитку економіки, мотивація підприємницької діяльності, джерело розширення суспільного виробництва, примноження національного багатства та задоволення потреб суспільства, що зростають. Бажання отримати прибуток сприяє ефективному використанню ресурсів, впровадженню досягнень НТП, інноваційному розвитку, мінімізації витрат та поліпшенню якості продукції.

Прибуток – складна економічна категорія, йому притаманні наступні характеристики: це форма доходу підприємця, який здійснює певний вид діяльності, нерозривно пов'язана з капіталом і характеризує ціну його функціонуючої частини, це результат ефективного здійснення діяльності, певний вимір і плата за ризик, кінцевий узагальнюючий показник, що дорівнює різниці сукупних доходів і витрат в процесі здійснення діяльності, абсолютний показник, який виражається у грошовій формі.

Проблемам сутності поняття “прибуток підприємства” та факторам його формування присвячені праці цілого ряду вітчизняних науковців, проте залишається багато невирішених та дискусійних питань, які потребують подальшої розробки.

У процесі розвитку економічної теорії поняття прибутку переосмислюється і ускладнюється. У економічній енциклопедії: прибуток визначається як економічна категорія, яка виражає кінцеві результати господарської діяльності окремого підприємства, галузі народного господарства в цілому, одна з основних форм вартості прибавочного продукту, одна з форм чистого доходу.

Розглянемо основні підходи до визначення поняття прибуток підприємства: плата за ризик і невизначеність в умовах недосконалої ринкової конкуренції; плата за новаторство і монополію; результат підприємницького таланту; являє собою кінцевий фінансовий результат господарської діяльності підприємства; є формою доходу власників капіталу, які вклали його з метою досягнення певного комерційного успіху; це різниця між доходами і витратами підприємства; є джерелом формування бюджетних ресурсів (державного та місцевих бюджетів).

Досліджуючи питання визначення фінансових результатів, західні економісти звернули увагу, що виникненню прибутку сприяє ряд факторів: підприємницька ініціатива, сприятливі умови, протекція держави та інших суспільних інститутів. Економісти США та інших країн вивчають питання залежності прибутку від масштабів виробництва, коливань витрат та інтенсивності використання капіталу. На отримання прибутку також впливає здатність підприємця керувати ризиком та володіння методами передбачення та прогнозування.

Різноманіття факторів, що впливають на прибуток, вимагає їхньої класифікації, що у той же час має важливе значення для визначення основних напрямків, пошуку резервів підвищення ефективності господарювання. Фактори, що впливають на прибуток, можуть класифікуватися за різними ознаками. Так, виділяють зовнішні й внутрішні фактори формування прибутку. До внутрішніх відносяться фактори, які залежать від діяльності самого підприємства й характеризують різні сторони його роботи. До зовнішніх факторів відносять фактори, які не залежать від діяльності підприємства, але деякі з них можуть впливати на темпи зростання прибутку й рентабельності виробництва.

У свою чергу внутрішні фактори підрозділяються на виробничі і невиробничі. Невиробничі фактори пов'язані в основному з комерційними, природоохоронними й іншими аналогічними видами діяльності підприємства, а виробничі фактори відбивають наявність і використання основних елементів виробничого процесу, що беруть участь у формуванні прибутку (засоби праці, предмети праці й сама праця). По кожному із цих елементів виділяються групи інтенсивних факторів.

До інтенсивних відносяться фактори, що відбивають ефективність використання ресурсів (наприклад, підвищення кваліфікації працівників, продуктивності устаткування, впровадження прогресивних технологій). До екстенсивних належать фактори, які відбивають обсяг виробничих ресурсів (наприклад, зміни чисельності працівників, вартості основних фондів), їхнього використання за часом (зміна тривалості робочого дня, коефіцієнта змінності устаткування й ін.), а також невиробниче використання ресурсів (витрати матеріалів на виробництво, втрати через відходи).

У процесі здійснення виробничої діяльності підприємства, пов'язаної з виробництвом, реалізацією продукції й одержанням прибутку, ці фактори перебувають у тісному взаємозв'язку й залежності. Таким чином, можна зробити **висновок**, що ті самі елементи процесу виробництва (засоби праці, предмети праці й праця), розглядаються, з одного боку, як основні первинні фактори збільшення обсягу продукції, а з іншого боку – як основні первинні фактори, що визначають витрати виробництва. Оскільки прибуток являє собою різницю між сумою виручки від реалізації продукції і собівартістю, то її величина й темпи росту залежать від тих же трьох первинних факторів виробництва, які впливають на прибуток через систему показників обсягу продукції й витрат виробництва.

Таким чином, прибуток відіграє вирішальну роль у стимулюванні подальшого підвищення ефективності виробництва, посилення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих результатів діяльності свого підприємства. Подальше посилення розподільної й стимулюючої ролі прибутку пов'язане з удосконалюванням його механізму розподілу.

КЛАСИФІКАЦІЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ТА ЇХ ЕКВІВАЛЕНТІВ ДЛЯ ПОТРЕБ ОБЛІКУ

**М.В. В'ЯЛОВА, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., викладач МИХАЙЛОВИНА С.О.**

Важливість наявності на балансі підприємства таких активів як грошові кошти та їх еквіваленти, не ставиться під сумнів жодним з сучасних економістів. Адже, ринкова система організації, незважаючи на всі відмінності в деталях представляє в своїй основі спосіб господарювання, заснований, окрім всього іншого, на використанні грошей. Гроші є основним фактором, що забезпечує безперешкодне протікання процесу розподілу праці, з'єднують ланкою якого є „ринки”.

Однак попри визнання важливості цих категорій і необхідності їх упорядкування, роботи, присвячені чіткому розмежуванню і класифікації грошових коштів та їх еквівалентів практично відсутні незважаючи на те, що для потреб обліку грошових коштів на підприємстві винятково важливою є проблема їх класифікації, оскільки саме в процесі її розв'язання надається змога чітко розставити пріоритети в дослідженні тих чи інших видів грошових коштів на мікрорівні.

Основоположними ознаками класифікації грошових коштів є:

- 1) форма існування: готівкові та безготівкові грошові кошти;
- 2) вид валюти: грошові кошти в національній валюті та грошові кошти в іноземних валютах (за видами валют).

Готівкові грошові кошти – грошові кошти у вигляді паперових грошей, монет, грошових знаків, файлів в пам'яті комп'ютера. Безготівкові грошові кошти (грошові кошти сфери безготівкового грошового обігу) – грошові кошти на банківських рахунках, що використовуються для оплати, взаємних розрахунків шляхом перерахування з одного рахунку на інший.

Грошові кошти в національній валюті – грошові кошти (як готівкові так і безготівкові) у валюті, випущеній певною державою, яка, в основному, знаходиться в обігу на її території. Грошові кошти в іноземній валюті – грошові кошти (як готівкові так і безготівкові) які знаходяться в обігу і являються законним засобом платежу на території відповідної іноземної держави (групи іноземних держав).

Ряд економістів наводять наступні ознаки класифікації грошових коштів:

- за призначенням: кошти для проведення поточних розрахунків та кошти, що мають спеціальне призначення та цільове використання;
- за місцем зберігання: у касі підприємства, на рахунках у банку, у підзвітних осіб, вкладені в цінні папери, у контрагентів тощо.

Однак такі класифікації важко назвати вичерпними, а крім того, на наш погляд, їм притаманні певні недоліки. Скажімо, кошти у підзвітних осіб та контрагентів, з позиції бухгалтерського обліку на підприємстві, яке авансувало ці ресурси, є дебіторською заборгованістю, кошти вкладені в цінні папери – фінансовими інвестиціями (поточними або довгостроковими). Тому включати їх в ознаку класифікації „місце зберігання”, на наш погляд, недоречно. В даному випадку присутня певна підміна економічних категорій, що є недопустимим для бухгалтерського обліку, оскільки викривляє реальний стан речей на підприємстві. Крім того, всі грошові кошти є оборотними активами, ті ж види коштів, які не можна використати протягом одного року або операційного циклу, якщо він складає більше ніж один рік, можуть класифікуватися або як довгострокові фінансові інвестиції, або як інші необоротні активи.

На думку вчених вищеперераховані ознаки класифікації (форма існування та вид валюти) слід доповнити двома допоміжними, що мають важливе значення при вирішенні окремих задач обліку, аналізу та контролю:

1) обмеженість у напрямках використання:

- грошові кошти без обмежень у напрямках використання – грошові кошти, якими

підприємство (установа, організація) може розпоряджатися без жодних обмежень для ведення господарської діяльності. Приклад: грошові кошти на поточних рахунках у банку;

- грошові кошти з обмеженнями у напрямках використання – грошові кошти, які підприємство (установа, організація) може використовувати строго за певним цільовим призначенням. Приклад: грошові кошти, отримані як цільове фінансування; гуманітарна допомога у вигляді грошових коштів тощо.

Класифікація грошових коштів за наведеною ознакою має винятково важливе значення при аналізі фінансового стану підприємства, оскільки суб'єкт господарювання повинен прагнути до мінімізації частки грошових коштів з обмеженістю їх використання у загальній грошовій масі. Значна маса грошових коштів з обмеженнями у їх використання ще не може бути свідченням високої платоспроможності підприємства. В ідеалі найефективнішим засобом забезпечення зобов'язань у суб'єкта підприємницької діяльності є грошові кошти без обмежень у їх використанні.

2) місце зберігання:

- грошові кошти у касі підприємства (установи, організації) – готівкові грошові кошти, які зберігають у спеціально відведеному приміщенні або місці у межах встановленого ліміту залишку готівки;

- грошові кошти на рахунках у банку – грошові кошти, які зберігають на різних рахунках у банківських установах та можуть бути використані в будь-який момент за бажанням власника рахунку;

- грошові кошти на мікропроцесорі смарт-карток або карток зі збереженою вартістю – один з різновидів „електронних грошей”, – зберігають на спеціально призначених для цього картах;

- грошові кошти в пам'яті ЕОМ на жорстких дисках – один з різновидів „електронних грошей”, – зберігають у вигляді файлів в пам'яті комп'ютера які виступають їх матеріальним носієм.

Таким чином, для правильного розуміння, ефективного управління і коректного обліку необхідно є чітка, зрозуміла і логічна класифікація грошових коштів та їх еквівалентів суб'єкта господарської діяльності.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ НЕПРЯМОГО ОПОДАТКУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

**О.П. ГАВРИЛЮК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач БАРАБАШ Л.В.**

В сучасних умовах динамічного розвитку економіки непрямі податки відіграють надзвичайно важливу роль в системі оподаткування України. В Україні за їх рахунок формується близько 50% доходів державного бюджету, що особливо важливо в умовах мобілізації основних факторів виробництва в процесі євроінтеграції. Динаміка непрямих податків та їх частка у ВВП та доходах державного бюджету підтверджують їх фіскальну роль у формуванні фінансових ресурсів, необхідних для виконання функцій та завдань, покладених на державу.

В системі непрямих оподаткування варто відзначити, що найбільш ефективним у фіскальному у план є ПДВ, однак в сучасних умовах господарювання він потребує розробки напрямів вдосконалення адміністрування, а також підвищення рівня прозорості, погашення заборгованості з відшкодування і запобігання її виникнення у майбутньому. Це і є пріоритетні напрями у розробках і в практичній діяльності органів державної податкової служби України.

Згідно ситуації, що склалася у вітчизняній практиці оподаткування ПДВ, цей процес має певні недоліки, зокрема неможливість реального відшкодування з бюджету суми надлишку податкового кредиту над податковим зобов'язанням. Встановлено, що причини

бюджетної заборгованості з відшкодування ПДВ мають комплексний характер, а саме: недоотримання запланованих надходжень ПДВ до державного бюджету; прорахунки в процесі планування податкових надходжень; перевищення фактичного рівня сальдо експортно-імпорتنних операцій над прогнозними значеннями; пред'явлення незаконних вимог на бюджетне та експортне відшкодування податку і зниження податкових зобов'язань; зростання частки експорту у ВВП і додатного сальдо зовнішньоторговельного балансу.

Недоліки оподаткування доданої вартості також пов'язані з виникненням труднощів щодо відокремлення товарів та послуг, які купують безпосередньо споживачі для кінцевого споживання, від тих, які призначені для подальшої переробки та використання, що, у свою чергу, зумовлює можливості ухилення від сплати ПДВ.

Наявні проблеми в адмініструванні ПДВ криються також в особливостях об'єкта оподаткування, найуживаніших принципах утримання податку та методах обчислення податкових зобов'язань: податок характеризується складним механізмом визначення об'єкта оподаткування й податкових зобов'язань, а отже, й складним механізмом адміністрування, що полегшує ухилення від сплати податку.

В перспективі доцільно поступово переходити до диференційованої шкали ставок ПДВ, керуючись принципом: товари першої необхідності – знижена ставка, усі інші товари – стандартна ставка.

Останнім часом доведено актуальність поступового зміщення акцентів реформування митно – тарифної політики України відповідно до норм і принципів ЄС та умов ГАТТ/СОТ. Для цього потрібно: введення диференційованого підходу до рівня митного оподаткування в залежності від того, виробляється товар в країні на недостатньому, достатньому або надлишковому рівні; введення заходів митно-тарифного захисту сільськогосподарського виробництва України, в тому числі шляхом застосування сезонних митних податків; скорочення переліку країн, які користуються пільгами в області митного оподаткування; встановлення меж в 30% для імпорتنних митних податків і розробка графіків поступового зниження рівня митного оподаткування імпорту з доведенням протягом 5-7 років до рівня, обумовленого домовленостями в рамках ГАТТ; введення єдиного порядку сплати акцизів і ПДВ на імпорتنні товари

Недостатню ефективність засвідчила і політика державного регулювання ринків підакцизних товарів, яка характеризується існуванням значного тіньового сектору ринку (до 50% алкогольного та 20% ринку сигарет без фільтру, що разом становить понад 12% вітчизняного ринку продовольчих товарів, зменшення обсягів офіційного виробництва та збуту більшості з підакцизних товарів). В першу чергу, це викликано постійними змінами і відносною недосконалістю нормативно-правової бази щодо ринків алкогольних напоїв і тютюнових виробів, зокрема – оподаткування акцизним податком. Суттєвий вплив на структуру ринкових цін зумовлює і диференціація ставок акцизного податку та їх значний розмір.

Зокрема, встановлення диференційованих ставок акцизного податку залежно від групи товарів, до ціни яких він включається: товари першої необхідності, товари шкідливі для людини чи природи, товари – предмети розкоші.

Таким чином, вирішення зазначених проблем у системі акцизного оподаткування наблизить нашу країну до світових стандартів, дозволить виконати їх головне фіскальне призначення та забезпечить сталий розвиток економіки країни в цілому.

Висновки. Отже, провівши дослідження адміністрування непрямих податків в Україні можна зробити висновок, що вона не є досконалою і потребує, на нашу думку, таких змін:

1. Необхідно чітко визначитися з єдиною методологією обчислення податку на додану вартість з метою запобігання варіюванню визначення суб'єктами підприємницької діяльності сум ПДВ, що підлягають сплаті на користь держави.

2. Розглянути можливість зміни системи пільгового оподаткування ПДВ на нову систему, пов'язану з введенням диференційованих ставок указанного податку.

3. Обґрунтувати заходи збільшення надходжень від справляння акцизного податку, принаймні до 10 – 12% у структурі податкових надходжень, шляхом розширення переліку

підакцизних товарів, більшої диференціації ставок акцизного податку, забезпечення дієвого державного контролю, покликаною знищити тіньовий сектор виробництва товарів підакцизної групи.

4. Визначити чіткий механізм отримання пільг зі сплати акцизного податку зі спирту, який використовується на виробництво лікарських засобів і кріплення виноматеріалів, чітко окреслити такий термін, як "первинне виноробство".

5. Розробити різні варіаційні моделі застосування акцизного податку та податку на додану вартість на ринках товарів (першої необхідності, шкідливих для людини чи природи та предметів розкоші), передбачити можливість оперативної диференціації ставок акцизного збору, виходячи з наявної ринкової кон'юнктури на той чи інший вид підакцизної продукції та рівня споживчого попиту на нього.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР

**Т.О. ГАВРІЛЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент КРОЧАК О.І.**

Невід'ємною частиною та першоосною бухгалтерського обліку є первинний облік господарських операцій. Досить жорсткі вимоги щодо якості інформації, що ставляться на сьогодні перед вітчизняним обліком покликані задовольняти потреби користувачів у різного роду економічній інформації для прийняття відповідних рішень. Оскільки отримана облікова інформація повинна бути, насамперед, достовірною, вичерпною, повною та оперативною, то, відповідно, і носії такої інформації – первинні документи мають бути представленими на високому рівні. Саме дотримання всіх вимог щодо складання подібних документів і включає поняття "якість первинної документації".

Проведені дослідження показали, що організація первинного обліку на сільськогосподарських підприємствах вимагає бажати кращого, оскільки первинні документи, що відображають господарську діяльність аграрних формувань у більшості випадків складаються із значними порушеннями, що часто призводить до викривлення облікової інформації та втрати її цінності для облікового персоналу суб'єкта господарювання. Таким чином, проблема удосконалення первинного обліку господарської діяльності існує, а це, в свою чергу, негативно відбивається на ефективному веденні всього внутрішньогосподарського обліку.

Господарська діяльність підприємств супроводжується здійсненням великої кількості операцій, які фіксуються у спеціально призначених для цього документах. Таким чином, первинні документи є носіями інформації про господарсько-економічне життя підприємницького формування, а первинний облік – це початкова стадія господарського обліку. Так, якщо для обліку урожаю такої продукції рослинництва, як зерно, використовуються типові бланки документів, спеціально для цього призначені, то для оприбуткування коренеплодів цукрових буряків такого документа не існує. В зв'язку з цим, облік надходження цукрових буряків практично ведуть по даним, отриманим від цукрового заводу, які вказані у Товарно-транспортних накладних на приймання цукрових буряків, що порушує принципи оприбуткування продукції по мірі її вивезення з поля. Щоб позбутися вказаного недоліку, необхідно використовувати для цієї мети Путівку на вивезення цукрових буряків з поля. Цей документ повинен оформляти бригадир по мірі відправки коренеплодів з поля на вагову підприємства, де комірник виписує товарно-транспортну накладну на відправку (приймання) цукрових буряків, [ф. № 1 с-г (буряки)]. У запропонованій Путівці потрібно вказують назву підприємства, номер бригади, поля, комбайна, автомобіля. Вагар проставляє у Путівці і у Товарно-транспортній накладній масу „ брутто ”.

Потім при поверненні на підприємство з цукрового заводу одного примірника Товарно-транспортної накладної її дані звіряють з показниками Путівки і при наявності

розбіжностей виявляють їх причини. Крім того, на основі цієї накладної вагар приставляє у Путівці результати зважування на цукровому заводі. Таким чином, шляхом співставлення фізичної маси вивезених з поля коренеплодів з фізичною масою коренеплодів, прийнятих на приймальному пункті цукрового заводу, і з їх заліковою масою можна здійснювати контроль за правильністю приймання продукції і визначити забрудненість коренеплодів. Дані Путівки є основою для оприбуткування урожаю і його відображення у Книзі обліку витрат і виходу продукції рослинництва. Вагар у кінці робочого дня або на початку наступного здає документи у бухгалтерію. При цьому пропонується скласти Відомість оприбуткування цукрових буряків. У Відомості відображають фізичну і залікову масу коренеплодів по кожному підрозділі і трактористу.

Таким чином, враховуючи вище сказане, необхідно заповнювати у документах всі реквізити виходячи з вимог управлінського і нормативного обліку затрат, нормування та контролю виробництва.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ

**О.Ю. ГАЙДА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент, КОРОТЄСВ М.А.**

Вирощування олійних культур з кожним роком набуває все більшого значення для сільськогосподарських товаровиробників, а їх продукція знаходить широке застосування в різних галузях і сферах діяльності. Ринок насіння олійних культур, зокрема зовнішній, став стимулятором розширення їх виробництва в Україні, незважаючи на їх ґрунтовиснажливий характер і низьку урожайність. Рослинна олія широко використовується в харчовій, текстильній, лакофарбовій, авіаційній та інших галузях промисловості, а також у медицині. В умовах загострення енергетичних проблем та здорожчання енергоносіїв суттєво зростає роль олійних культур, як одного з важливих джерел поновлюваної екологічно чистої біоенергії.

Метою статті є оцінка економічної ефективності виробництва продукції олійних культур та обґрунтування напрямів її підвищення у сільськогосподарських підприємствах Гайворонського району Кіровоградської області.

У процесі досліджень використовувались абстрактно-логічний, монографічний і статистико-економічний методи.

З усього спектру олійних культур у сільськогосподарських підприємствах Гайворонського району Кіровоградської області вирощували соняшник, ріпак та сою. Основною олійною культурою, що вирощується у підприємствах досліджуваного району є соняшник. Він займає найбільшу площу серед всіх олійних культур, яка в останні роки характеризується стійкою тенденцією до розширення – її розмір зріс із 1850 га у 2007р. до 2920 га у 2011 р., або на 57,8% (табл. 1.). Поряд із соняшником впродовж досліджуваного періоду стрімко нарощується виробництво сої, насіння якої в останні роки характеризується значним попитом на ринку і має високу ціну реалізації. Площа посіву даної культури збільшилась із 195 га у 2007р. до 1319 га у 2011р., або майже у 6,8 рази. Важливою олійною культурою, вирощування якої в останнє десятиріччя набуло значного поширення в Україні є ріпак. Однак, через вибагливість даної культури до природно-кліматичних умов та недостатню обізнаність із технологією, її вирощування не набуло суттєвого розвитку у більшості сільськогосподарських підприємств району, хоча площа посіву ріпаку за аналізований період зросла із 535 га до 708 га, або на 32,3%.

Урожайність насіння олійних культур впродовж періоду досліджень суттєво варіювала залежно від погодно-кліматичних та інших умов. Збільшення посівних площ олійних культур та переважно позитивна динаміка їх урожайності обумовила зростання обсягів валового виробництва насіння соняшнику у 2011р. порівняно із 2007р. майже у 2,3 рази, сої

– у 18,6 рази та ріпаку більш ніж у 2,2 рази.

1. Динаміка площі, урожайності та валового збору олійних культур у сільськогосподарських підприємствах Гайворонського району

Культура	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	20011 р. у% до 2007 р.
Зібрана площа, га						
Соняшник	1850	2038	2291	2341	2920	157,8
Соя	195	145	418	808	1319	676,4
Ріпак	535	2275	385	231	708	132,3
Урожайність, ц/га						
Соняшник	12,9	15,9	23,6	19,1	18,5	143,6
Соя	6,5	12,8	13,3	25,4	17,9	274,8
Ріпак	11,0	21,8	14,9	17,8	18,5	167,8
Валовий збір, ц						
Соняшник	23810	32364	54130	44743,3	53952	226,6
Соя	1270	1863	5550	20512	23611	1858,8
Ріпак	5890	49482	5743	4093	13078	222,0

Насіння олійних культур є одним з найбільш привабливих видів продукції на аграрно-продовольчому ринку, попит на яку необмежений і випереджає пропозицію, що відповідно забезпечує високий рівень цін на дану продукцію. Це дозволяє сільськогосподарським товаровиробникам навіть при низькій урожайності та високій собівартості виробництва олійних культур гарантовано одержувати високі прибутки (табл. 2).

Розмір прибутку на 1 га посіву соняшнику в 2011р. у підприємствах Гайворонського району склав 1367,60 грн., а рівень рентабельності 45,9%. Прибуток з 1 га сої склав 1821,68 грн. при рівні рентабельності 112,2%. Найбільш прибутковим з-поміж олійних культур у 2011 р. виявився ріпак, що забезпечив товаровиробникам з 1 га посіву прибуток у розмірі 2447,18 грн., а його рентабельність склала 101,8%.

2. Економічна ефективність виробництва продукції олійних культур у сільськогосподарських підприємствах Гайворонського району, 2011р.

Показник	Соняшник	Соя	Ріпак
Урожайність, ц/га	18,5	17,9	18,5
Товарність, %	69,4	70,6	70,1
Виробничі витрати на 1 га, грн	3246,51	2020,32	3395,20
Виробнича собівартість 1ц, грн	175,71	112,86	183,80
Повна собівартість 1ц, грн	232,25	128,59	185,57
Ціна реалізації 1ц, грн	338,89	272,84	374,55
Прибуток на 1ц (збиток), грн	106,64	144,24	188,98
Прибуток на 1 га (збиток), грн	1367,60	1821,68	2447,18
Рівень рентабельності (збитковості), %	45,9	112,2	101,8

Таким чином, в процесі дослідження розвитку виробництва продукції олійних культур у підприємствах Гайворонського району виявлено, що на рівень її ефективності впливає ряд обставин. Товаровиробники керуючись високою кон'юнктурою продукції олійних культур, що зумовлена постійно зростаючим попитом на рослинні жири як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, постійно нарощують обсяги їх виробництва. Однак, через низьку платоспроможність, неможливість придбати всі необхідні засоби виробництва та забезпечити дотримання технології, вирощування олійних культур здійснюється переважно на екстенсивній основі. Тому, необхідно впроваджувати інтенсивно-інноваційні технології вирощування соняшнику, ріпаку та сої, використовуючи сучасний насінневий матеріал, обґрунтовані сівозміни, засоби захисту рослин, добрива та агротехніку.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

**А.М. ГАЛАК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПАНКРАТОВА Л.А.**

Відповідно до законодавства України “Фінансова звітність – бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період”.

Те, що сучасна звітність не відповідає вимогам щодо забезпечення інформацією управлінської діяльності в аграрному секторі економіки, очевидне. І при цьому ми маємо на увазі не тільки зміст фінансової звітності, який надто уніфіковано та узагальнено і з неї вилучено таку інформацію, до якої управлінці всіх рівнів звертаються найчастіше: собівартість та реалізація продукції, продуктивність праці тощо.

22 жовтня оприлюднено проект наказу Мінфіну, яким вносяться зміни до П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Поряд із цим скасовуються П(С)БО 2, 3, 4 та 5, які визначали порядок подання, заповнення та самі форми Балансу, Звіту про фінансові результати, Звіту про рух грошових коштів та Звіту про власний капітал відповідно.

Тепер усі вимоги до основних форм фінансових звітів будуть прописані у П(С)БО 1, а самі форми наводяться у його додатках.

Додаток 1 до П(С)БО 1 містить форми:

- Баланс (Звіт про фінансовий стан);
- Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупні доходи);
- Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом);
- Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом);
- Звіт про власний капітал (Звіт про зміни у власному капіталі).

Додаток 2 до П(С)БО 1 — аналогічні форми для консолідованої фінансової звітності.

Згідно з новими правилами підприємства можуть додавати статті з переліку, наведеного у додатку 3 до П(С)БО 1, у разі якщо інформація, що буде там відображена, відповідає таким критеріям, як суттєвість та можливість достовірної оцінки.

Введення в дію наказу заплановано на 1 січня 2013 року. Отже, у разі вчасного прийняття документа (в т.ч. вчасного затвердження Мін'юстом) усі підприємства повинні подати фінансову звітність за новими формами та за новими правилами зі звіту за I квартал 2013 року.

Виняток передбачено для госпсуб'єктів, які зобов'язані застосовувати міжнародні стандарти фінансової звітності та відповідно до МСФЗ 1 «Перше застосування міжнародних стандартів фінансової звітності» мусять подати першу фінансову звітність за 2012 рік. Такі підприємства застосовують для її складання П(С)БО 1 «Загальні вимоги до складання фінансової звітності» у новій редакції вже зі звіту за 2012 рік.(2)

Щодо удосконалення фінансової звітності зупинимось на структурі однієї з головних форм фінансової звітності – “Баланс” форма №1. Навіть попри те, що тут вперше порушено традиційну симетричність щодо кількості розділів: зараз, як відомо, їх є три в активі та п'ять

у пасиві. Саме ці розділи не досконалі за структурним змістом статей, оскільки, наприклад, у другому розділі активу змішане власне оборотні активи та обігові кошти, що методологічно невірно. Тут порушено відповідність статей і класів за Планом рахунків, через що в цьому розділі треба вказувати залишки за рахунками другого, третього і шостого класів, в той час, як за рештою розділів статті балансу збігаються з класами рахунків, за якими наводяться сальдо.

Розділи балансу збігаються з класами рахунків, залишки за якими наводяться в ньому як статті, не завжди витримано їх економічно обґрунтоване групування, що не дає можливість проводити вертикальний аналіз показників при підготовці аудиторських висновків, де, як відомо, це є обов'язковим.

Зокрема, у першому розділі активу балансу „Необоротні активи” вказуються такі різні за економічним змістом статті, як основні засоби та довгострокова дебіторська заборгованість або відстрочені податкові активи. Якщо довгострокова дебіторська заборгованість у якійсь мірі то же вважатись необоротними активами за мотивуванням тривалості терміну її погашення, то відстрочені податкові активи нерідко анулюються або змінюються на протилежному значенні – на відстрочені податкові зобов'язання з відображенням в четвертому розділі пасиву вже в наступному кварталі – при перевищенні суми податку на прибуток, визначеного за даними податкового обліку.

До того ж узагалі сальдо за рахунком 17 “Відстрочені податкові активи”, як і за рахунком 54 “Відстрочені податкові зобов'язання”, що вказуються відповідно в першому розділі активу та третьому розділі пасиву балансу, за своєю суттю є фіктивними, отже, завищують валюту балансу на нереальні суми. Адже обороти за згаданими рахунками вказуються за штучно обчисленими так званими податковими різницями за податок на прибуток, бо сума оподатковуваного прибутку за даними податкового обліку завжди відрізняються від сформованої на рахунку 79 “Фінансові результати”, що зумовлено певними специфічними особливостями податкового обліку.

Тому рахунки 17 “Відстрочені податкові активи” та 54 “Відстрочені податкові зобов'язання” необхідно виключити із Плану рахунків, як і однойменні статті балансу, що дозволить відображати в ньому реальні, а не фіктивні активи та зобов'язання. Це тим більше доцільно зробити, маючи на увазі, що на аграрних підприємствах, які сплачують фіксований сільськогосподарський податок, згадані рахунки не використовуються, оскільки таких різниць не визначають.

Така побудова балансу дозволить обґрунтовано здійснювати його вертикальний аналіз при проведенні незалежних зовнішніх аудиторських перевірок без додаткового перегрупування його статей, що неможливе зараз, і для цієї мети, як відомо, на підприємстві будують окремо так званий аналітичний баланс.

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

**І.О. ГАЛІМОН, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент КОТВИЦЬКА Н.М.**

В наш час вже сформульовано загальні теоретичні основи вітчизняного маркетингу, але швидкий розвиток сучасного ринку, зростаюча увага до підвищення якості, зміни в цінах та спрямованість на споживачів вимагають постійних досліджень комплексу маркетингу, його взаємодії з зовнішнім середовищем, інструментами та ресурсами маркетингу. Розвиток економічних відносин в АПК потребує формування нового і адекватного ринку механізму управління, який буде містити економічні та адміністративні методи. Одним з головних економічних методів управління є маркетинг, на основі якого формується та розвивається аграрний ринок. Сільгоспвиробники на ринку постійно вирішують проблеми, які потребують вивчення ринкової кон'юнктури, аналізу дій конкурентів, ціноутворення, вибору

каналів реалізації та цілого ряду інших питань, відповіді на які можна отримати тільки використовуючи комплекс маркетингових заходів.

Дослідження маркетингових аспектів у сільськогосподарській діяльності знайшло відображення у працях таких науковців як: Соловйов І.О., Петруня Ю.Є., Левіна М.О., Мельник Ю.М., Ховард К., Ципкин Ю.А., Вернера Й., Грема Г., Комарова Є., Маковецька М., Ленського Б., Форсайта П., Руденка М. та деяких інших. Ними започатковано основи маркетингу діяльності в сільському господарстві, розкриті закономірності, принципи та фактори, що визначають розвиток агропромислового комплексу.

Проте недостатньо дослідженими залишилися проблеми формування комплексу маркетингу, розроблення методичних підходів до вибору стратегій та визначення основних категорій, власне об'єкта маркетингової діяльності.

Комплекс маркетингу – це сукупність контрольованих змінних чинників, які товаровиробник використовує з наміром викликати бажану реакцію з боку цільового ринку. Використання його в умовах ринкових відносин є об'єктивною необхідністю, а роль визначається важливістю ринку збуту, як вирішального фактору успіху товаровиробників.

Маркетинг – це не тільки одна зі сфер АПК та функція ринку, в цілому. Маркетинг сьогодні – це філософія підприємницької діяльності та управлінська концепція, в основі якої знаходяться процеси зміни пріоритетів у виробництві та поглядів на місце і роль людини у системі економічних відносин. Маркетинг, як інструмент вирішення ринкових проблем в АПК, використовується недостатньо. Створення маркетингових служб гальмується труднощами організаційного, фінансового та психологічного характеру, тому важливо чітко сформулювати його сутність, принципи та форми організації.

Система агромаркетингу складається з альтернативних потоків продуктів і сировини, ланки "виробник – споживач", різноманітних посередників та різних видів підприємницької діяльності. Ця система організує та управляє виробничо-збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств на основі комплексного вивчення ринку з метою отримання прибутку шляхом задоволення потреб споживачів.

На даний момент існує велика кількість маркетингових комплексів, але традиційний маркетинг-мікс залишається найбільш ефективним і простим у застосуванні комплексом. Він включає в себе чотири основні компоненти: ціна, продукт, доставка продукту споживачеві і просування товару на ринку.

Product (продукт) представляє собою такий інструмент маркетингу, який направлений на надання виробленим товарам такої якості і таких властивостей, що максимально відповідають потребам споживачів і вимогам ринку, на якому діє підприємство. До складу цього елемента входять: асортимент, якість, дизайн, упаковка, сервіс, технічне обслуговування, гарантійне обслуговування, якість обслуговування, торгова марка.

Price (ціна) представляє собою інструмент маркетингу, що формує ціну продукції для кінцевого споживача. До цього елемента належать: ціни для кінцевого споживача, для оптовика, позиціонування, знижки й умови платежу, умови видачі кредиту, прайс-лист.

Place (розподіл) представляє інструмент маркетингу, направлений на формування способів раціонального переміщення товарів від виробника до безпосереднього споживача продукції. До елемента включають: канали збуту, охоплення ринку, дилерська підтримка, щільність мережі збуту, час від оформлення до постачання, товарні запаси, транспорт.

Promotion (просування) являється інструментом маркетингу, що направлений на стимулювання попиту на продукцію виробника на ринку, де він діє. До елемента включається: торговий персонал, реклама, стимулювання, персональний продаж, виставки, політика відносно торгової марки.

Маркетингові дослідження пов'язані зі структурою та гнучкістю виробничих потужностей підприємства, його виробничим потенціалом і фінансовими ресурсами. Головною метою розробки комплексу маркетингу для підприємства є забезпечення стійкої конкурентної переваги підприємства, завоювання міцної ринкової позиції.

Можливості підприємства складають наявні у нього досвід, знання, технології,

культурна діяльність, організаційна структура, імідж. Необхідно враховувати всі ці елементи при визначенні можливості підприємства обслуговувати привабливий сегмент споживача.

Аналіз споживачів сприяє виявленню і використанню в стратегії діяльності підприємства сегменти, найбільш відповідні можливостям підприємства, дозволяє уточнити основні споживні цінності, виробити систему заходів, що дозволяє вигідно задовольняти потреби підприємства.

Аналіз витрат дозволяє використовувати найбільш підходящі для просування і створення товарних зразків, які будуть вигідно відрізнятися від продукції інших виробників.

Аналіз конкурентів, споживачів і витрат необхідний для таких цілей, як формулювання цілей, розробка комплексу маркетингу для підприємства і вироблення стратегії діяльності. Метою може бути отримання, або закріплення існуючого успіху підприємства. Залежно від поставленої мети, виробляється стратегія маркетингу.

Маркетингова діяльність в сучасних умовах повинна швидко і гнучко реагувати на постійні зміни в оточуючому ринковому середовищі. В процесі пошуку заходів для зростання попиту на продукцію товаровиробників науковці звертають все більшу увагу на дослідження питань удосконалення комплексу маркетингу і хоча поки що жоден з розроблених комплексів не може замінити традиційний комплекс «4Р» дослідження по цьому питанню є невід'ємною складовою еволюції маркетингу.

ОБЛІК НАДХОДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ДП «РОДНИКІВКА» УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Л.В. ГАЦАНЮК, студ., IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., викладач МИХАЙЛОВИНА С.О.**

Основні засоби формують матеріально-технічну базу підприємства. Від правильного і раціонального обліку основних засобів залежить процес їх відтворення, поповнення, оновлення, а отже, забезпеченість підприємства конкурентноздатними, сучасними засобами праці. Розвиток цього напрямку економіки залежить від своєчасного отримання надійної і повної обліково-економічної інформації. У зв'язку з цим, зростає роль і значення обліку як найважливішої функції управління.

Для правильної організації обліку основних засобів в ДП «Родниківка» має важливе значення своєчасне і якісне документальне оформлення їх руху. Бухгалтерський облік об'єктів основних засобів в підприємстві здійснюється із застосуванням форм первинного обліку, затверджених наказом Міністерства статистики України від 29.12.95р. № 352.

Облік надходження основних засобів в ДП «Родниківка» оформляється такими первинними документами:

ф. № 03-1 «Акт приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів»;

ф. № 03-2 «Акт приймання-здавання відремонтованих, реконструйованих і модернізованих об'єктів».

Основні засоби в ДП «Родниківка» надходять від постачальників за оплату, підрядників після закінчення будівництва об'єктів, при оприбуткуванні надлишків, виявлених при проведенні інвентаризації тощо. У всіх випадках надходження основних засобів на підприємство оформляється первинним документом за формою № 03-1 «Акт приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів». Форма № 03-1 застосовується для оформлення зарахування до складу основних засобів окремих об'єктів; обліку введення їх в експлуатацію; оформлення внутрішнього переміщення основних засобів, а також виключення їх зі складу основних засобів при передачі іншим підприємствам.

При отриманні основних засобів в ДП «Родниківка» комісія складає акт. Комісія призначається за наказом керівника підприємства. Акт форми № 03-1 складається в одному примірнику на кожний окремий об'єкт. Також у ДП «Родниківка» складають загальний акт у

випадку приймання декількох об'єктів основних засобів, а саме при обліку господарського інвентаря, інструментів, обладнання тощо, якщо ці об'єкти однотипні, мають однакову вартість та прийняті в одному календарному місяці. Правильно оформлений і підписаний керівником акт передають до бухгалтерії. На кожний об'єкт разом з актом надходить і технічна документація, яку в ДП «Родниківка» використовують при проведенні інженерних та організаційно-технічних заходів з метою ефективної експлуатації основних засобів.

Аналітичний облік основних засобів в підприємстві здійснюється в інвентарних картках за формою № 03-6 «Інвентарна картка обліку основних засобів». На кожен об'єкт основних засобів відкривається картка, в якій записуються всі дані, що характеризують об'єкт: інвентарний номер, первісна вартість, норми амортизаційних відрахувань, дата виготовлення чи введення, технічна характеристика та ін. Основою для заповнення інвентарних карток є дані акта за формою № 03-1.

Для загального контролю за наявністю і рухом основних засобів вказані картки реєструються в описах інвентарних карток з обліку основних засобів форми № 03-7, які ведуться за видами основних засобів і містять номер картки, яка реєструється, інвентарний номер і найменування об'єкта..

Синтетичний облік власних основних засобів у ДП «Родниківка» ведуть на рахунку 10 «Основні засоби». Це активний рахунок, за дебетом якого відображається надходження основних засобів, їх дооцінка, за кредитом — вибуття та уцінка. В таблиці 1 відображено типову кореспонденцію з обліку надходження основних засобів у ДП «Родниківка».

1. Типова кореспонденція з обліку надходження об'єктів основних засобів в ДП «Родниківка» Уманського району Черкаської області

№ п.п	Зміст господарської операції	Сума, грн	Кореспонденція	
			Дт	Кт
1.	Відображено придбаний об'єкт основних засобів (комбайн) за плату	357041,70	15	63
2.	Відображено суму податкового кредиту з ПДВ	71408,30	64	63
3.	Відображено витрати на транспортування	933,40	15	685
4.	Відображено суму податкового кредиту з ПДВ	186,60	64	685
5.	Відображено витрати на заробітну плату працівникам, (доведення до технічної готовності основного засобу)	650,00	15	66
6.	Відображено нарахування єдиного соціального внеску	219,00	15	65
7.	Зараховано об'єкт до складу основних засобів	359030,7	10	15
8.	Перераховано постачальнику оплату за основний засіб	428450,00	63	31
9.	Відображено оплату послуг	1120,00	685	31

Таким чином, зауважимо, що господарськими операціями з обліку надходження основних засобів у ДП «Родниківка» є: придбання основних засобів за грошові кошти; отримання основних засобів в обмін на подібні та неподібні активи; їх безоплатне надходження. Загалом організація обліку надходження основних засобів у ДП «Родниківка» ведеться згідно з чинним законодавством і принципами бухгалтерського обліку.

ВИБІР ФОРМАТІВ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

**В.І. ГОМЕНЮК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент РИБЧАК В.І.**

Питання організаційно-економічного розвитку залишається одним з найважливіших для торговельних мереж в умовах ринкового конкурентного середовища. Підприємницька діяльність торговельної мережі базується на впровадженні та використанні певних бізнес-моделей, які втілюються в формати роздрібних об'єктів мережі. Незалежно від кількості використовуваних бізнес-моделей, а саме від того чи є мережа «моно- чи мультиформатна, її розвиток, значною мірою, залежить від обґрунтованості вибору форматів, що використовуються.

Для торговельної мережі, в управлінні якої знаходяться десятки або сотні роздрібних об'єктів, адекватність формату потребам ринку набуває стратегічного значення. Важливість цього аспекту обумовлює необхідність розробки спеціального методологічного підходу до бізнес-моделювання організаційно-економічного розвитку торговельних мереж – формат-менеджменту.

Формат-менеджмент – це управлінський підхід, який за допомогою спеціальних маркетингових, фінансово-економічних та організаційних інструментів дозволяє торговельній мережі в повній мірі використати потенціал існуючих форматів, а також розробити та впровадити нові бізнес-формати, які дозволяють забезпечити сталий розвиток.

Деякі автори визначають його як „свідомий цілеспрямований вплив з боку суб'єкта на об'єкт, що здійснюється з метою спрямувати їх дії у потрібне русло та отримати бажаний результат”. Або ж як: „Комплекс дій, необхідних для забезпечення узгодженої спільної діяльності людей, а також сукупність ланок, які здійснюють управління та зв'язки між ними”. Це поняття багатогранне, тому його потрібно розглядати під різними кутами: як процес, як організацію цього процесу та як стиль управління.

Метою впровадження формат-менеджменту є забезпечення організаційно-економічного розвитку торговельної мережі шляхом збалансованого розвитку її форматів, які спрямовані на певний ринковий сегмент.

Очевидним є те, що реалізація формат-менеджменту забезпечується за допомогою певних принципів, які являють собою основні, вихідні положення, встановлені загальноприйнятими, широко розповсюдженими правилами дій та властивості економічних процесів, або ж вихідні положення економічної теорії, основні правила організації конкретної економічної діяльності.

На нашу думку, реалізація формат-менеджменту на торговельних мережах повинна базуватися на принципах, адекватних умовам та особливостям їх функціонування. Узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду торговельних мереж дозволяє запропонувати наступні принципи формат-менеджменту, які дозволяють торговельній мережі досягати ефективності при використанні даного управлінського підходу.

Принципами формат-менеджменту пропонуємо вважати наступні:

1. Конкурентоздатність економічної моделі формату – цей принцип вимагає, щоб бізнес-модель, яку використовує торговельна мережа, надавала їй суттєві економічні переваги. У якості таких переваг можуть слугувати низькі операційні витрати, мінімальний розмір інвестицій на відкриття нового роздрібно-го об'єкту тощо.

2. Орієнтація на клієнта – основний принцип формат-менеджменту торговельної мережі, який на практиці часто не береться до уваги. Дотримання цього принципу вимагає моніторингу та аналізу поведінки покупців, що дає змогу отримати сигнали щодо відхилення параметрів існуючого торговельного формату від потреб основної споживацької аудиторії.

3. Орієнтація на зростання – передбачає можливість розвитку торговельної мережі як на нових, так і на старих, освоєних ринках. Розвиток торговельної мережі на нових ринках

передбачає географічне поширення існуючого бізнес-формату, експансію на нові регіональні та національні ринки.

4. Гнучкість формат-менеджменту передбачає забезпечення можливості маневрування в процесі управління торговельною мережею у зв'язку з виникненням непередбачених обставин.

5. Альтернативність підходів при розробці формат-менеджменту передбачає, що підготовка будь-якого управлінського рішення в цій сфері повинна враховувати альтернативні можливості. За наявності альтернативних проектів управлінських рішень, їх вибір для безпосередньої реалізації повинен базуватися на певній системі критеріїв, що визначають ідеологію, стратегію чи політику торговельної мережі.

Застосування вищевказаних принципів є необхідною умовою ефективного формат-менеджменту торговельних мереж.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В ПП “ШАНС” ЖАШКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**А.Ю. ГОНЧАРУК, студ. V курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач БЛЕНДА Н.О.**

Вирощування технічних культур є важливою складовою стратегії економічного розвитку держави. Продукція технічних культур для сільськогосподарських підприємств є одним із основних джерел формування їх доходності, що дозволяє забезпечити ефективну діяльність. Виробництво технічних культур відіграє важливу роль у забезпеченні населення цінними продуктами харчування, галузі тваринництва – поживним кормом, переробної промисловості – сировиною [3, с. 8].

Провідною технічною культурою є цукрові буряки. Цукрове виробництво набуло пріоритетного значення серед харчових галузей країни, головним завданням якої є забезпечення потреби держави цукром за рахунок власного виробництва [2, с. 72].

Також до технічних культур відносяться олійні культури. Вирощування олійних культур є важливою складовою стратегії економічного розвитку держави. Протягом останнього десятиріччя спостерігається стала тенденція розширення посівних площ олійних культур в аграрних підприємствах, що зумовлено вигідністю їх вирощування порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами. Основною серед них в Україні є соняшник. У складі всіх олійних культур він займає 70% посівної площі і 85% валового збору. Із насіння соняшнику виробляється приблизно дві третини всієї рослинної олії. До олійних, що культивують в Україні, належать також ріпак, льон, арахіс, соя. Виробництво сої та ріпаку донедавна залишалося поза увагою аграріїв, проте останніми роками воно також почало динамічно розвиватись.

Метою статті є оцінка ефективності виробництва продукції технічних культур в ПП “Шанс” Жашківського району Черкаської області.

В процесі дослідження було використано абстрактно-логічний, монографічний та статистико-економічний методи.

Наявність сприятливих ґрунтово-кліматичних умов для вирощування основних технічних культур, значний економічний потенціал підприємств області створюють необхідні умови для організації ефективного виробництва. У ПП “Шанс” все більшого значення набувають технічні культури, оскільки їх частка в структурі товарної продукції збільшується. Так у 2011 році вона становила 71,29%, а у 2012 році – 93,92% загальної суми виручки від реалізації продукції. Незважаючи на те, що технічні культури є основним джерелом надходження грошових коштів у досліджуваному підприємстві їх виробництво збиткове та нерентабельне (табл. 1).

Аналізуючи дані таблиці 1 слід відмітити, що у 2011 та 2012 роках підприємство не

виросувало соняшник, хоча отримувало значні прибутки. Отже, необхідно відновити вирощування соняшнику, адже він є високоприбутковим.

У 2012 році в ПП “Шанс” не вирощували сою та реалізовували залишки виробництва минулого року, також відмовились від вирощування ріпаку. Основною технічною культурою на 2012 рік залишились цукрові буряки.

Урожайність цукрових буряків у ПП “Шанс” є високою і у 2012 році досягла 570,45 ц/га. Зростання урожайності позитивно вплинуло на зниження собівартості і поряд із підвищенням ціни реалізації забезпечило зниження збитковості. Так у 2012 році збитковість виробництва цукрових буряків становила лише 1,21%, що є найнижчим показником за останні роки.

Загалом, в ПП “Шанс” збитковість виробництва технічних культур передусім є наслідком високої собівартості, особливо значні витрати в підприємстві, поряд із витратами на виробництво, понесено на зберігання та реалізацію продукції, так як рівень повної собівартості значно перевищує виробничі витрати. А тому, незважаючи на зростання цін в підприємстві не вдається досягти прибутковості виробництва.

Як зазначалось, основними причинами низької ефективності виробництва продукції технічних культур є висока собівартість, на яку великий вплив має значний ріст цін на матеріальні ресурси (пальне, добрива, насіння, ядохімікати) та недотримання технології вирощування, а також низька урожайність культур і незадовільний стан технічного забезпечення.

1. Показники ефективності виробництва продукції технічних культур в ПП “Шанс”

Період виробництва	Урожайність, ц/га	Виробничі витрати на 1 га, грн.	Виробнича собівартість 1 ц, грн.	Повна собівартість 1 ц реалізованої продукції, грн.	Ціна реалізації 1 ц, грн.	Прибуток (збиток) на 1 ц, грн.	Прибуток (збиток) на 1 га, грн.	Рівень рентабельності (збитковості), %
Соняшник								
2008	17,33	2345,83	135,34	150	150	0	0	0
2009	25,22	1955,55	77,53	154,54	180,58	26,04	671,11	16,85
2010	21,15	1982,38	93,71	238,14	294,52	56,37	1414,1	23,67
Соя								
2008	23,01	5152,58	223,92	129,78	135,85	6,08	143,3	4,68
2009	10,34	2109,95	204,06	217,08	239,33	22,25	193,72	10,25
2010	11,86	2163,58	182,41	195,74	241,01	45,27	419,75	23,13
2011	21,26	1654,46	77,83	317,82	250,05	-67,76	-893,12	-21,32
2012	–	–	–	258,56	200	-58,56	–	-22,65
Ріпак								
2008	31,23	3587,36	114,87	225,05	208,21	-16,85	-496,55	-7,48
2009	5,65	1875	332,1	217,71	210,33	-7,38	-41,67	-3,39
2010	14,46	2069,77	143,13	286,63	299,49	12,86	176,74	4,49
2011	16,09	2669,06	165,85	347,71	316,51	-31,19	-489,21	-8,97
Цукрові буряки								
2008	458,47	6673,37	14,55	20,33	18,43	-1,9	-873,18	-9,37
2009	494,18	10910,89	22,08	52,29	20,84	-31,46	-6217,82	-60,15
2010	348,5	15987,01	45,87	48,59	31,48	-17,11	-2389,61	-35,21
2011	402,22	14180,92	35,26	38,65	37,76	-0,89	-358,55	-2,31
2012	570,45	11553,28	20,25	53,6	52,95	-0,65	-368,85	-1,21

Одним із головних напрямів підвищення врожайності технічних культур є система забезпечення добривами, що передбачає надходження основних елементів до рослин протягом усього періоду їхнього вирощування, а також дотримання оптимального чергування культур у сівозміні. Також важливим напрямом підвищення врожайності є розвиток селекції та насінництва, зокрема впровадження сортів та гібридів, що забезпечить високий вихід продукції технічних культур з 1 га посіву.

Підвищення економічної ефективності виробництва продукції технічних культур передбачає збільшення виробництва і підвищення якості при одночасному зменшенні затрат праці і матеріальних засобів на одиницю продукції. Розв'язання цієї проблеми нерозривно пов'язане з подальшою всебічною інтенсифікацією сільськогосподарського виробництва, в процесі якої забезпечується підвищення врожайності культур [1].

Отже, підприємству необхідно підвищити рівень урожайності, покращити якість продукції та знизити витрати на реалізацію продукції, щоб досягти високого рівня прибутковості технічних культур.

Список використаних джерел:

1. Економіка сільського господарства: Навч. посібник / Збарський В.К., Мацибора В.І., Чалий А.А. та ін.; За ред. В.К. Збарського і В.І. Мацибори. – К.: Каравела, 2009. – 264 с.
2. Стрелюк М.І. Аналіз стану виробництва цукрових буряків / М.І. Стрелюк // Вісник Сумського національного аграрного університету Серія «Економіка і менеджмент». – 2011. – № 6/2. – с. 72-73.
3. Чередніченко О. О. Особливості ефективного функціонування олієжирового під комплексу /О. О. Чередніченко// Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2011. – №1. – с.8 -10.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

**Д.А. ДАРІЙ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

Фінансово-господарська діяльність суб'єктів господарювання безпосередньо пов'язана з формуванням та використанням фінансових ресурсів, які служать носієм фінансових відносин і значною мірою відображають фінансовий результат процесу відтворення.

Наукові дослідження, що проводяться у фінансовій сфері здійснюються через оцінку існуючих теоретичних підходів та глибокий аналіз сучасності. Наслідком цього є пошуки раціональних управлінських рішень, що дозволять удосконалити існуючі економічні системи шляхом ефективного розподілу та використання фінансових ресурсів.

Під фінансовими ресурсами підприємства слід розуміти грошові доходи і надходження, які перебувають у розпорядженні суб'єкта господарювання та сформовані за рахунок власних, позикових і залучених джерел фінансування і використовуються для формування активів підприємства, грошових резервів, виконання фінансових зобов'язань, стимулювання працівників, а також для здійснення інших заходів з метою забезпечення ефективності розвитку підприємства.

Вони формуються ще до початку діяльності підприємства в процесі утворення статутного капіталу, який є найважливішим джерелом формування майна будь-якого підприємства. Далі ці кошти інвестуються для забезпечення виробничо-господарської діяльності, розширення і розвитку виробництва. До них належать прибуток, амортизаційні відрахування, прибутки від цінних паперів, пайові внески, ресурси спонсорів. Фінансові ресурси є важливим видом ресурсів підприємства, що трансформуються в будь-який інший вид ресурсів.

Їхня специфіка виявляється в тому, що вони завжди виступають у грошовій формі,

мають розподільний характер і відбивають формування і використання різноманітних видів прибутків і нагромаджень суб'єктів господарської діяльності сфери матеріального виробництва, держави й учасників невиробничої сфери.

Фінанси підприємств, будучи частиною загальної системи фінансових відносин, відбивають процес утворення, розподілу і використання прибутків на підприємствах різноманітних галузей народного господарства і тісно пов'язані з підприємництвом, оскільки підприємство є формою підприємницької діяльності.

Фінансові відносини підприємства виникають тоді, коли на грошовій основі відбувається формування власних ресурсів підприємства, його прибутків, залучення позичкових джерел фінансування господарської діяльності, розподіл прибутків, що утворюються в результаті цієї діяльності, їхнє використання на цілі розвитку підприємства.

Фінансові ресурси можуть бути мобілізовані на фінансовому ринку за допомогою продажу акцій, облігацій і інших видів цінних паперів, випущених підприємством; дивідендів по цінних паперах інших підприємств і держави; доходів від фінансових операцій; залучення банківських кредитів.

Додатковим джерелом фінансових ресурсів підприємства можуть бути зовнішні інвестиції довгострокові вкладення капіталу інвесторів в об'єкти підприємницького й іншого видів діяльності з метою одержання доходу, як частини доходу від роботи інвестованого підприємства.

Фінансові ресурси підприємства розміщуються в майнові активи – основний і оборотний капітал.

Основний капітал складається з основних засобів, нематеріальних активів, довгострокових фінансових інвестицій. Оборотний капітал складається з матеріальних оборотних засобів, коштів у поточних розрахунках, короткострокових фінансових вкладень.

Фінансові ресурси підприємства забезпечують безперервність процесу виробництва та реалізації продукції. Не потребує доведення той факт, що розвиток підприємництва неможливий без надходження фінансових ресурсів, які формуються з різних джерел. При цьому важливе значення має оптимальне визначення їхньої структури, що сприяє мінімізації залучення додаткових фінансових ресурсів за рахунок кредитів. Відомо, що висока питома вага залучених ресурсів ускладнює фінансову діяльність підприємств і потребує додаткових витрат на сплату відсотків за банківські кредити, дивідендів на акції, процентів на облігації, зменшує ліквідність балансу підприємств. Це обумовлює необхідність у кожному конкретному випадку глибоко обґрунтовувати доцільність залучення запозичених фінансових ресурсів у господарську діяльність підприємств. Для забезпечення економічного зростання як на макро-, так і на мікрорівні, підприємство повинно виважено управляти фінансовими ресурсами, зокрема ефективно їх формувати та використовувати. Адже саме від цього залежить фінансова стабільність держави. За сучасних умов значно підвищуються вимоги до ефективного управління фінансовими ресурсами. Від того, наскільки ефективно і доцільно вони трансформуються в основні засоби і оборотні активи, залежить фінансова успішність підприємства в цілому, його власників і працівників.

Ефективність фінансування підприємства визначається стратегією формування ресурсів, що залежить від форми власності, виду діяльності територіального розміщення та інших факторів впливу. Зростання частки власних фінансових ресурсів щодо позичених та залучених ресурсів дає змогу зробити висновок про зростання ефективності фінансування підприємства.

Залучення позикових коштів в оборот підприємства являється нормальним явищем. Це сприяє тимчасовому покращенню фінансового стану при умові, що кошти не заморожуються на тривалий час в обороті і своєчасно повертаються. В іншому випадку може виникнути прострочена кредиторська заборгованість, що приводить до виплати штрафів, санкцій і погіршенню фінансового стану підприємства.

Достатній розмір фінансових ресурсів забезпечує: фінансову стійкість, платоспроможність, стабілізацію обсягів виробництва, а також можливість його розширення; високий, проте не повний рівень використання виробничих потужностей;

достатній рівень забезпечення організації матеріальними ресурсами, а, отже, здатність в процесі виробництва відшкодувати авансовані фінансові ресурси в обсязі, що не буде поступатися використаному.

Зниження показників рентабельності використання капіталу, показників самофінансування, коефіцієнтів незалежності та маневреності говорять про незадовільне фінансове управління.

У зв'язку з цим найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найбільш ефективно їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства загалом.

Надлишковий обсяг фінансових ресурсів сприяє тенденції збільшення обсягів виробництва, розширення асортименту продукції, що випускається, освоєння нових видів продукції, повного використання існуючих виробничих потужностей, повного забезпечення підприємства необхідними товарно-матеріальними цінностями, що забезпечить зростання об'ємів фінансових ресурсів, проте може також вести до перевитрат та недоцільного їх використання і, до скорочення обсягів виробництва.

Якість використання фінансових ресурсів може бути оцінена через ефективність використання, що забезпечується впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів: економічних, правових, соціальних.

З економічної точки зору ефективність може змінюватися в залежності від таких чинників:

- орієнтація підприємства та інтенсивний шлях розвитку і досягнення більш високого рівня ефективності в економіці;
- виявлення резервів подальшого вдосконалення господарської діяльності підприємства на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, досконалої технології і покращення організації виробництва;
- створення діючого механізму підвищення ефективності.

Висновки. Для розв'язання проблем формування і використання фінансових ресурсів підприємств потрібна виважена, довгострокова політика держави щодо розвитку підприємництва та його ролі у піднесенні національної економіки, яка б спиралася на інтереси основних суб'єктів підприємницької діяльності, відповідала потребам основної частини населення і відображала реальний стан у розв'язанні соціально-економічних проблем у країні. Економічно обґрунтоване використання податкових, інвестиційних та цінових механізмів сприятиме виходу з фінансової кризи, надходженню коштів до бюджету, збільшення дохідності підприємств.

ПРОБЛЕМИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Г.В. ДЕРКАЧ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЛЕМЕНТОВСЬКА В.А.**

У сучасних умовах функціонування торговельних підприємств на ринку, які характеризуються високим рівнем ризику і невизначеністю, використання інструментів стратегічного маркетингу в управлінні збутовою діяльністю є єдиною й необхідною передумовою його вдосконалення, що забезпечить підприємству не тільки короточасний комерційний успіх, але й посилить стратегічне спрямування його діяльності.

Серед причин, що обумовлюють зростання значущості збутової діяльності, слід зазначити такі: переміщення ключових управлінських рішень у збутові ланки, підвищення значення маркетингових методів конкуренції в боротьбі за покупця, раціоналізація збутових процесів, проблеми ефективного функціонування підприємств у довгостроковій перспективі.

Об'єктивно виникла необхідність вдосконалення існуючих збутових систем, і розробки економічного механізму, що дозволяє використовувати ефективні важелі управління збутом

продукції на вітчизняних підприємствах.

Слід відмітити появу за останні роки наукових робіт з проблем маркетингу, які підготовлені вченими України та інших країн СНД. Це роботи перш за все таких українських авторів як Л.В. Балабанова, А.В. Войчак, С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, О.О. Ком'яков, А.І. Кредисов, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна, а серед російських авторів – Г.А. Азоев, Є.П. Голубков, А.П. Градов, П.С. Зав'ялов, О.В. Зирянов, А.М. Романов, В.Є. Хруцький.

Поняття «збут» можна розглядати в широкому й вузькому значенні. В широкому розумінні це поняття означає процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника та закінчуючи переданням товару покупцеві. Вузьке трактування збуту обіймає тільки фінальну фазу – безпосереднє спілкування продавця й покупця. Таким чином, збут у широкому розумінні – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку.

Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) — процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку і потребує знань, навичок і певного рівня торгової компетенції.

Збутовий потенціал підприємства можна визначити, як сукупність інформаційних, матеріальних, маркетингових, управлінських і комунікативних ресурсів і можливостей збуту, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати вивід товару на ринок, його реалізацію при постійному вдосконалюванні технології збуту, інновації продуктового ряду з урахуванням факторів маркетингового середовища.

Збутова політика формується на базі збутового потенціалу підприємства і цілей збуту, встановлених як на стратегічному, так і тактичному рівнях. В залежності від способу вираження збутові цілі можуть бути кількісні й якісні. Цілі у сфері збуту бувають обов'язковими (без яких жодне рішення не може вважатися прийнятним) і бажаними (досягнення яких сприяє підвищенню якості й адекватності рішення); ймовірними (досягнення яких, у комплексі з двома попередніми, створює умови запобігання виникненню в майбутньому проблеми). Збутові цілі також поділяють на економічні та цілі розвитку. Економічні цілі збутової діяльності спрямовані на максимізацію прибутку, і їх досягнення можливе за умови вдалої реалізації таких задач у сфері збутової діяльності:

збільшення ринкової частки підприємства; максимізація збуту і на цій підставі – прибутку підприємства при більш повному задоволенні попиту споживачів; ефективне використання збутового апарату підприємства; вибір раціональних каналів розподілу; мінімізація сукупних витрат у господарському циклі товару, враховуючи витрати з післяпродажного обслуговування і сервісу; раціональна поведінка на ринку з урахуванням нестійкої кон'юнктури тощо.

Підвищення ролі збутової діяльності обумовлює наявність низки проблем у сфері управління збутом: внутрішні (проблеми реалізації загальних функцій управління збутом, проблеми реалізації окремих функцій управління збутом, недостатній рівень забезпеченості підприємств фінансовими ресурсами) і зовнішні проблеми (постійні зміни в законодавстві України стосовно підприємницької діяльності; низький рівень купівельної спроможності населення, що є результатом низького життєвого рівня й інфляційних процесів).

Проблеми збуту українським підприємствам необхідно вирішувати під час розробки маркетингової політики. Саме на цьому етапі слід прийняти рішення стосовно вибору ринків збуту, методів збуту і його стимулювання. Розробка збутової політики підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту.

Орієнтація виробництва на задоволення споживчого попиту вимагає вдосконалення методології управління збутом продукції вітчизняних підприємств з урахуванням тенденцій розвитку ринкової ситуації, з одного боку, і особливостей конкретного виробництва, з іншого.

Практика показує, що управління збутом готової продукції вимагає комплексного підходу, заснованого на маркетингових дослідженнях, так як з переходом до ринкової системи господарювання перед вітчизняними підприємствами, поряд з іншими проблемами, постала проблема самостійного пошуку споживачів своєї продукції.

Цілі розвитку у сфері збутової діяльності слід розглядати, як надсистемні й внутрісистемні цілі служби збуту. Надсистемні цілі розвитку збуту пов'язані з інтеграцією та диверсифікованістю діяльності, з розвитком ринків збуту й освоєнням нових. Внутрісистемні цілі служби збуту спрямовані на підвищення кваліфікації працівників збуту, впровадження інформаційних технологій, прогресивних форм і методів продажу, стимулювання збуту і т. ін.

Слід також розрізняти кількісні й якісні цілі збуту. Кількісні цілі збутової діяльності можуть виступати у вигляді зростання обсягу продажів, збільшення частки фірми на певному сегменті ринку, підвищення швидкості обігу коштів, вкладених у запаси готової продукції і т.п. Кількісна визначеність збутових цілей дозволяє довести цільові установки у формі індивідуальних завдань до конкретних виконавців. Під якісними цілями збутової діяльності слід розуміти якість обслуговування, для чого необхідним є надійний зворотній зв'язок підприємства зі споживачами, достатньо точна інтерпретація вимог споживачів збутового апарату підприємства, кількісний опис цих цілей. Для визначення якісних цілей збуту доцільно використовувати декілька каналів зв'язку зі споживачами для більш адекватного відображення їх вимог.

Стратегічну спрямованість збутової діяльності забезпечують такі умови: підсилення маркетингової орієнтації підприємства; систематичне виявлення збутових ризиків і маркетингових можливостей підприємства у сфері збуту; забезпечення ефективної довгострокової маркетингової взаємодії підприємства з покупцями та бізнес-суб'єктами; встановлення й корегування стратегічних цілей; розробка оптимальних збутових стратегій підприємства.

ПРАВИЛА ВИКОРИСТАННЯ ЛІТІЄВИХ АКУМУЛЯТОРІВ: ВІДОКРЕМЛЮЄМО ПРАВДУ ВІД МІФІВ

**А.І. ДЕМБОВСЬКА, студ. V курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач СОЛЬСЬКИЙ О.С.**

Разом з широким розповсюдженням мобільних пристроїв (ноутбуків, нетбуків, телефонів, смартфонів і т.д.), розвитком їх функціональних можливостей і, відповідно, технічних характеристик, постало питання про те, як забезпечити довготривалу роботу пристрою при активному його використанні. Чим більшою кількістю різноманітних функцій і додатків оснащений мобільний пристрій, тим більш енергоємну акумуляторну батарею він потребує. На перших етапах розвитку мобільної апаратури для її енергозабезпечення використовувалися Ni-Cd і Ni-MH акумулятори. Однак з часом ці батареї були витіснені більш ефективними літій-іонними і літій-полімерними агрегатами. Від часу їх широкого розповсюдження не вщухають суперечки з приводу того, чи потрібно «тренувати» ці акумулятори відразу після покупки. Деякі менеджери з продажу мобільних пристроїв наполегливо радять своїм клієнтам здійснювати 10 циклів зарядки-розрядки купленого мобільного пристрою, в іншому випадку за якість роботи акумуляторів вони не відповідають. Подібні рекомендації часто не мають під собою жодних підстав і є чистою вигадкою некомпетентних людей, тим більше що ні в гарантійному талоні, ні в інструкції користувача про це зовсім не йде мова. Ці рекомендації можна знайти тільки в інструкціях з експлуатації нікелевих акумуляторів.

Коли мова йде про літєві акумулятори, то здійснюючи три або більше разів заряд-розряд, ви нічим не шкодите батареї, крім того, що зменшуєте ресурс на кілька циклів. Таким чином «розгойдування» ніяк не впливає на ємність літєвих акумуляторів, а тільки

використовує зайві цикли.

Процес зарядки всіх літєвих акумуляторів відбувається одним стандартним методом – CC-CV. Відрізнитися можуть тільки сила струму і напруга. На початку заряду підтримується постійний струм. За це відповідає вбудований пристрій зворотного зв'язку, який здійснює автоматичний підбір необхідного рівня напруги. Перші 60-80% від рівня зарядки батареї здійснюються при напрузі, вказаній на батареї, решта 20-40% при нижчій напрузі (якщо ця умова не буде виконана, то акумулятор може перегрітися і навіть вибухнути).

Зберігати батареї рекомендується при температурі не нижче нуля градусів за Цельсієм. Бажано зберігати в холодильнику, але в такому випадку помістити в герметичний пакет. Однак можна зберігати батареї і в умовах кімнатної температури. Варто відзначити, що перед тим як відправити батарею на зберігання, її потрібно зарядити або розрядити до 40-70%. Після витягання батареї з холодильника, потрібно почекати деякий час, щоб вона прийняла кімнатну температуру.

Зберігання батареї розрядженою, призводить до зменшення її місткості. Варто відзначити, що довгий час зберігання розрядженою батареї може призвести до того, що її внутрішня напруга впаде нижче того рівня, з якого вона зможе заряджатися. Швидше за все мобільний пристрій буде приймати такий акумулятор як непридатний до використання.

Відновити роботу батареї, яка не приймає зарядки від зарядного пристрою цілком можливо. Це можна зробити шляхом кілька секундної стимуляції батареї струмом більшим, ніж вона вимагає для зарядки. Варто відзначити, що подібна процедура вельми небезпечна, і у такий спосіб її можна не тільки відновити, але і остаточно вивести з ладу або підірвати, тому це своєрідна лотерея. Набагато надійніше і безпечніше буде покупка нової батареї.

При зберіганні батареї в будь-якому випадку відбувається її саморозряд. Чим менше ємність акумулятора, тим менше саморозряд, тобто батарея ємністю 2500 mAh розрядиться швидше, ніж ємністю 1200 або 700 mAh. Варто відзначити, що зберігання батареї більше двох років у будь-якому випадку призводить до поступової втрати ємності. Рекомендується раз на півроку заряджати невживані батареї.

«Заряд батареї до 100% плюс ще 8 годин» – це вигадка, яка також як і міф про розгойдування батареї, не має під собою жодної підстави. Зарядний пристрій і сам мобільний пристрій має контролер заряду, який при 100-відсотковому зарядженні відключає джерело живлення. Таким чином, батарея не отримає більше струму, ніж цього потрібно.

Існує думка, що при виготовленні літєвих батарей використовуються хімічні речовини, які перешкоджають розряду батареї при її тривалому перебуванні на складі. При першій же зарядці, яку потрібно проводити за схемою «100% + 8:00» ці хімічні добавки ліквідуються. Однак, подібні припущення є міфом. Насправді ніяких хімічних добавок для літєвих акумуляторних батарей не існує.

Заряд батареї понад необхідного рівня, як і її розряд нижче допустимого рівня, викликають її прискорену деградацію. І саме контролери, які є і в літєвих батареях, дозволяють дотримуватися оптимальних для них параметрів заряду-розряду. Завдяки цьому, батарея гарантовано буде працювати без втрати ємності близько року або протягом 300 циклів.

Цикл розряду-заряду акумулятора – це процентний показник різниці між рівнем розряду батареї, і її повним зарядом. Тобто, якщо акумулятор з нульовим зарядом зарядити до 100%, то він пройде повний цикл. Або ж, акумулятор із зарядом у 50% зарядити до 100%, то він пройде тільки половину циклу. Якщо так зробити два рази, то в сумі вийде повний цикл, якщо чотири рази – то два цикли і т.д. Таким чином, цикли не використовуються марно. Також це не впливає на ємність батареї.

Тримати мобільний пристрій постійно підключеним до зарядного пристрою, безумовно, шкідливо. Це рівноцінно зберіганню батареї повністю зарядженою. Якщо ж мобільний пристрій активно використовується, то такий режим ніяк не шкодить батареї. В багатьох ноутбуках є режим «Оптимального ресурсу батареї» при якому батарея заряджається до 80% і відключається. При стаціонарному використанні ноутбук рекомендовано перевести в даний режим. Якщо даного режиму не має, тоді батарею краще

виймати. Це дозволить на довше зберегти її ресурс. Дотримуватися цієї поради є сенс у тому випадку, якщо ноутбук немає необхідності кудись переносити більше ніж тиждень. Якщо ж немає бажання виймати батарею або немає такої можливості, то раз на тиждень варто робити повний розряд/заряд. Така рекомендація, до речі, є в інструкціях деяких виробників.

Відключивши мобільний телефон після 100% зарядки від зарядного пристрою і, при цьому, залишивши ЗУ включеним у мережу, воно буде продовжувати споживати електрику. Однак рівень такого споживання мінімальний і фактично близький до нуля. Один мінус – це те, що включений в мережу зарядний пристрій може видавати неприємні звуки, які, однак, чути лише в повній тиші.

Деякі менеджери з продажу мобільних телефонів рекомендують першу зарядку виробляти до відключення телефону (ноутбуку). Цю пораду вони пояснюють необхідністю дати контролеру зарядки батареї виконати «Калібрування». Суть його полягає в тому, що рівень закінчення першого заряду приймається за 100% і в подальшому заряд зупиняється саме на цьому рівні. Однак контролер нічого подібного не робить, він нічого не запам'ятовує, а лише визначає ємність, напругу та інші деталі.

Рівень заряду батареї (у відсотках) будується на основі даних самої батареї, але завдання цього програмного контролера – вирівнювання кривої заряду батареї. Тобто, іноді батарея з певним обсягом витрачає перші 10% свого напруги при однакових навантаженнях повільніше, ніж інші 10%. На основі історії виведення інформації про заряд незначно видозмінюється.

Іноді, апаратний контролер батареї вважає, що вона вже заряджена і більше не подає напругу, але при цьому батарея може бути ще не заряджена. Тобто після інформування про те, що батарея заряджена, зарядка здійснена тільки на 95%. Скидання цих даних не завжди веде до позитивного ефекту. Не дивлячись на те, що після видалення статистики показник в 100% можливо так і не вдасться побачити, але лінійність відображення рівня зарядки зникне, а показник рівня заряду буде знову менш точним.

Варто відзначити, що поперемінне використання декількох різних АКБ може призвести до виникнення таких проблем, адже статистика буде збиратися по декількох батареях.

В багатьох ноутбуках є додаток, який дозволяє правильно відкалібрувати та навіть частково відновити ресурс батареї.

За останні кілька років мобільні пристрої отримали масове поширення у всьому світі і тепер є невід'ємною частиною нашого життя. Однак не всі однаково знають про особливості їх експлуатації, зокрема про те, як правильно користуватися джерелами живлення будь-якого мобільного пристрою – їх батареями. Це питання ускладнюється внаслідок того, що багато менеджерів з їх продажу не знають цих особливостей і надають недостовірні консультації.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ

**О.О. ДЕЧЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

В сучасних умовах конкурентного ринку ефективне управління основними економічними процесами: формуванням та використанням оборотних засобів в оперативній діяльності вирішує ряд питань стратегічного розвитку підприємства і забезпечує кінцеві результати господарської діяльності. Більшість вітчизняних підприємств не витримують жорстокої конкуренції, не досягають високого рівня доходності через нестачу обігових коштів, потоків оборотних засобів. Проблема оцінки рівня забезпеченості підприємств оборотними засобами, джерел їх фінансування, визначення ефективності використання та їх якісного нормування дуже складна та актуальна з позиції прийняття стратегічних управлінських рішень на кожному підприємстві.

Насамперед для удосконалення сучасного стану оборотних активів підприємств України потрібно прослідкувати тенденції їх формування, а також визначення факторів, що на них впливають.

Фінансовий стан підприємства безпосередньо залежить від стану та ефективності використання його активів. Так, оборотні кошти необхідні для здійснення всіх видів діяльності підприємства. Важливим завданням фінансових служб є обґрунтування розміру (нормативу) та визначення оптимального співвідношення між складовими обігових коштів підприємства. Особливу увагу слід приділяти оптимізації структури обігових коштів, дослідженню резервів прискорення їх обертання. Оптимізація обсягу оборотних активів підприємства повинна виходити з обраного типу політики формування оборотних активів підприємства і забезпечувати заданий рівень співвідношення ефективності їх використання та ризику. Процес оптимізації обсягу активів складається з трьох основних етапів.

I етап – це процес початкового формування оборотних засобів (створення власного оборотного капіталу). Сформовані на цьому етапі оборотні засоби визначають потребу в так званому стартовому капіталі, рівень його ліквідності, швидкість обороту тощо.

II етап – це етап поповнення власного оборотного капіталу для підтримки безперервного процесу кругообороту. Цей етап формування оборотних засобів можна розглядати як постійний процес функціонування підприємства.

III етап – це здійснення операційної діяльності та проведення її диверсифікації, шляхом формування нових структурних одиниць тощо, за умови високої і зростаючої ринкової вартості підприємства.

При використанні власних джерел поповнення капіталу підприємство обмежує темпи свого розвитку, оскільки за сприятливої кон'юнктури ринку не зможе забезпечити реалізацію суттєвого розширення операційної діяльності. Проте фінансова стійкість підприємства тим вища, чим більша частка власних джерел фінансуванні оборотного капіталу у їх загальній структурі, що дуже важливо в сучасних умовах.

Підприємства, що вводяться в дію, формують оборотні кошти за рахунок коштів бюджету, пайових внесків членів-засновників, внесків іноземних учасників (для спільних підприємств), надходження від емісії цінних паперів.

На діючих підприємствах оборотний капітал може поповнюватись з наступних власних джерел: прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, збільшення акціонерного капіталу, прямі інвестиції засновників до статутного капіталу, вільні кошти амортизаційного фонду, залишки фондів та резервів, утворених за рахунок прибутку.

Розмір власних оборотних коштів, що закріплені за підприємством, не є постійною величиною. Сума власних оборотних коштів під час складання фінансового плану щорічно уточнюється у зв'язку зі зміною обсягу виробництва, асортименту продукції, умов постачання і збуту. Окрім того, на підприємствах виникають проблеми з несвоєчасним надходженням коштів за відвантаженою продукцією, нагромадженням на складі нереалізованої готової продукції, несвоєчасним і неповним виконанням договірних зобов'язань постачальниками та через інші обставини, що спричиняють потребу в додаткових коштах.

Потрібно акцентувати увагу на тому, що економічна сутність оборотних активів визначається їх роллю в організації поточної діяльності підприємства: знаходячись в постійному русі вони здійснюють безперервний кругообіг форм вартості, в результаті якого відбувається постійне відновлення процесу виробництва.

Використання власних джерел формування та поповнення оборотного капіталу має свої переваги та недоліки. Важливе значення також мають зовнішні чинники (наприклад, законодавчо-нормативна база діяльності, рівень інфляції) та внутрішні чинники (фінансовий стан підприємства, обсяг прибутку, рентабельність виробництва), що впливають на можливість використання власних джерел оборотного капіталу. Тому відповідно до умов середовища функціонування підприємства потрібно обирати ті джерела фінансування, що забезпечать найбільшу ефективність діяльності.

Висновки. Отже, при побудові стратегії спрямованої на оптимізацію структури активів цільова задача зводиться до максимізації доходів від оптимізованої структури, яку необхідно

розрахувати. В даному випадку базова структура активів підприємства доповнюється інформацією про доходність кожного елемента активу, а також межі коливань цього показника. Інші умови чи обмеження відсутні. Оптимальною буде вважатися така структура активів підприємства, яка забезпечить максимальну величину доходності або віддачі з кожного елемента активу при всіх інших рівних умовах.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

**О.Г. ДЖУРАЄВ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. МАТРОС О.М.**

Реформування бухгалтерського обліку в Україні на основі Національних положень(стандартів) бухгалтерського обліку, що відповідають вимогам ринкової економіки та міжнародним стандартам бухгалтерського обліку, привело до суттєвих змін в обліку основних засобів.

Ринкова економіка стимулює підприємства до впровадження нової техніки та технологій, розширює можливості щодо використання нових фінансових інструментів та механізмів, проте на практиці виникає проблема щодо реальності їх застосування. Перш за все це обумовлено повною відсутністю або нестачею власних обігових коштів, низькою ліквідністю активів, застарілою матеріально-технічною базою, на утримання якої витрати перевищують наявні прибутки, та, звичайно, недосконалою законодавчою базою. Саме тому особливо актуальними є дослідження проблемних питань обліку основних засобів підприємств.

Метою даної статті є відстеження основних проблем обліку продажу основних засобів та визначення шляхів їх вирішення.

Проблемам обліку основних засобів приділено чимало уваги вчених-науковців. Серед них: Смоленюк П.С., Щирська О.В. Шубіна та багато інших.

Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує для використання у виробництві, постачанні товарів, для надання послуг, надання в оренду або здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання яких більше одного року (чи операційного циклу, коли він перевищує один рік).

Як свідчать дослідження, підприємства досить часто в своїй діяльності продають об'єкти основних засобів в т.ч. нерухомість. При цьому виникає ряд проблем, при недотриманні всієї існуючої нормативної бази щодо обліку основних засобів.

Нерухомість, що утримується для продажу, потрібно перевести до групи вибуття, що утримується для продажу: Д-т 286 К-т 1031.

Необоротні активи, що утримуються для продажу, виводяться зі складу необоротних активів, при цьому припиняється нарахування амортизації на ці об'єкти з місяця, наступного за місяцем виведення зі складу необоротних активів.

Необоротні активи та група вибуття, що утримуються для продажу, відображаються у бухгалтерського обліку та фінансової звітності на дату балансу за найменшою з двох величин – балансовою вартістю або чистою вартістю реалізації. У разі оцінки за чистою вартістю реалізації сума коригування балансової вартості необоротних активів або групи вибуття, що утримуються для продажу, визнається іншими операційними доходами (витратами) звітного періоду (рахунки 71, 94). Виходячи з умов запитання, проведення щодо зменшення балансової вартості об'єкта основних засобів до межі чистої вартості реалізації – Д-т 946 К-т 286 — тут не має бути, адже вартість реалізації перевищує балансову вартість основних засобів.

Для визначення дати отримання доходу в податковому обліку вкрай важливо визначити дату переходу права власності. За загальним

правилом ст. 334 ЦКУ право власності у набувача майна за договором виникає з

моменту передачі майна, якщо іншого не встановлено договором або законом. Проте для нерухомості характерними є деякі особливості. Відповідно до ч. 4 ст. 334 ЦКУ, права на нерухоме майно, які підлягають державній реєстрації, виникають з дня такої реєстрації відповідно до закону.

У продавця відповідно до норм п. 146.15 ПКУ нарахування амортизації припиняється з місяця, наступного за місяцем виведення з експлуатації об'єкта основних засобів. Сума перевищення доходів від продажу нерухомості над її балансовою вартістю включається до доходів платника податків, а сума перевищення балансової вартості над доходами від такого продажу – до витрат платника податків (п. 146.13 ПКУ). Щодо ПДВ, то операція продажу нерухомості відповідає визначенню постачання (пп. 14.1.191, п. 185.1 ПКУ) й оподатковується ПДВ на загальних підставах.

Бухгалтерський облік продажу складського приміщення наведемо нижче:

1. Об'єкт нерухомості переведено до складу активів, що утримуються для продажу
Дт 286 Кт 103 36000 грн.
2. Списано вартість зносу
Дт 131 Кт 103 57000 грн.
3. Продаж нерухомості
Дт 68 Кт 712 180000 грн.
4. Податкове зобов'язання з ПДВ
Дт 712 Кт 641 30000 грн.
5. Відображено собівартість нерухомості
Дт 943 Кт 286 36000 грн.
6. Відображено фінансовий результат
Дт 712 Кт 793 150000 грн.
Дт 793 Кт 943 36000 грн.

З вищесказаного випливає, що процедура обліку основних засобів складна та суперечлива. Недоліки національного законодавства у сфері бухгалтерського обліку створюють перешкоди для стандартизації та гармонізації обліку. І саме гармонізація бухгалтерського і податкового обліку має базуватися на вимогах методики саме бухгалтерського обліку, який більш повно враховує амортизаційну політику підприємства.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

**О.С. ДОВГОШЕЯ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н, доцент КРОЧАК О.І.**

Діяльність кожного підприємства прямо залежить від правильного розпорядження грошовими коштами. Адже, основу діяльності підприємства складають операції, які пов'язані з рухом грошових коштів. При цьому, кошти є обмеженим ресурсом, і успіх діяльності підприємства багато в чому визначається здатністю їх раціонально розподіляти й використовувати. В сучасних умовах функціонування підприємств передбачає безперервний рух грошових коштів, тому їх потрібно розглядати як важливий ресурс підприємства від якого залежить успішна фінансова діяльність підприємства. Але, при цьому існує ряд проблем пов'язаних з організацією обліку грошових коштів:

1. Визначення грошових коштів. Підприємства у фінансово-господарській діяльності постійно підтримують взаємовідносини з іншими підприємствами, де одним із засобів підтримки цих відносин є грошові кошти.

2. Формування інформаційної бази даних для аналізу отриманих і втрачених вигод від проведених заходів з грошовими коштами.

Практика показує, що облік грошових коштів достатньо регламентований законодавчими та нормативними актами України. Але розширення форм і методів здійснення розрахунків, властивостей та функцій грошових коштів як інструментів

забезпечення оперативної платоспроможності стали основною причиною уточнення й деталізації відображення в бухгалтерському обліку та контролю операцій з ними. Виникає необхідність у застосуванні конкретних прийомів управління грошовими коштами, джерелом якого є достовірне інформаційне забезпечення.

Спробуємо більше деталізувати окремі із зазначених проблем. Основним інформаційним джерелом щодо руху грошових коштів та їх еквівалентів є форма №3 фінансової звітності «Звіт про рух грошових коштів».

Цей звіт більшість науковців вважають найскладнішим у всій фінансовій звітності підприємства. І це пов'язано із тим, що в цьому звіті можна отримати інформацію про операційну, фінансову та інвестиційну діяльність підприємства, поруч із тим є можливість оцінити ситуацію, пов'язану з надходженнями та витрачанням грошових коштів та визначити потреби підприємства щодо використання цих коштів. Тобто дана форма звітності є багатосторонньою, що суттєво ускладнює процес його заповнення.

3. Повнота та своєчасність відображення в системі обліку рух грошових коштів

Не менш важливою є й проблема повноти та своєчасності відображення у системі обліку грошових коштів. Адже, якщо грошові кошти не будуть повністю та своєчасно оприбутковані, то не буде чіткого відображення реального розміру коштів. А далі неправильне відображення податкових стягнень. І така помилка тягне за собою ряд інших, які можливо виявити лише під час інвентаризації.

У зв'язку із змінами у П(С)БО «Звіт про рух грошових коштів», які відбулись у червні 2010 року, з'явилась ще одна проблема пов'язана із порядком заповнення Звіту про рух грошових коштів. Методологія формування нового звіту про рух грошових коштів досить поверхнево визначена в П(С)БО4, відсутні детальні пояснення та рекомендації стосовно заповнення цього звіту. Це призвело до невизначеності та неоднозначності інформації, яку відображають у даній формі звітності. І для уникнення помилок слід розробити конкретні детальні рекомендації для вітчизняних бухгалтерів підприємств, щоб полегшити їх й до того важку роботу.

У розділ балансу «Забезпечення майбутніх витрат і платежів» включено статтю «Цільове фінансування», яка не має характеру нарахування витрат, а є наслідком прямого надходження активів, у результаті чого виникають зобов'язання відповідно до умов фінансування. Тому у звіті про рух грошових коштів не можна враховувати вплив на прибуток зазначеної статті у складі забезпечень. На нашу думку, доречним є перенесення «Цільового фінансування» до складу зобов'язань.

У свою чергу, у складі витрат і доходів майбутніх періодів (рядки 090, 110 активу Балансу) можуть мати місце дані про необоротні активи і довгострокові зобов'язання, які не мають відношення до операційної діяльності. Тому при заповненні Звіту про рух грошових коштів виникає необхідність проведення аналізу статей витрат і доходів майбутніх періодів. Це ще раз підтверджує необхідність розділу зазначених статей і віднесення їх до відповідних статей Балансу.

З розвитком науково-технічного прогресу актуальним стає питання про необхідність повної автоматизації обліку грошових коштів. Це забезпечує автоматизацію облікового процесу; високу точність облікових даних; підвищення продуктивності праці облікових працівників.

Технологічний процес обробки даних по грошових коштах при комп'ютерній формі обліку можна поділити на три етапи.

Першим етапом облікового процесу є збір та реєстрація первинних даних для обробки на комп'ютері.

На другому етапі проводиться формування масивів облікових даних на електронних носіях: Журналу господарських операцій, структури синтетичних та аналітичних рахунків, довідників аналітичних об'єктів, постійної інформації. Одночасно здійснюється контроль за процесом обробки інформації, записаної на масивах облікових даних.

Заключним етапом процесу є отримання результатів за звітний період на запит користувача або у вигляді реєстрів синтетичного обліку, аналітичних таблиць, довідок з

бухгалтерських рахунків, або відображенням на екрані дисплею потрібної інформації.

Запровадження автоматизації форми обліку потребує значної підготовчої роботи: створення (придбання) програмного забезпечення; навчання облікових працівників; уточнення графіку документообігу; введення залишків за попередній період; створення довідників нормативно-довідкової інформації та інше.

Одним із шляхів вирішення інформаційних проблем на підприємстві є створення автоматизованих робочих місць (АРМ) спеціалістів, у тому числі бухгалтера, в автоматизованій системі управління. Отже, комп'ютеризація суттєво змінює процес організації роботи облікового апарату.

Отже, діяльність кожного підприємства прямо залежить від правильної організації обліку грошових коштів, адже основу діяльності підприємства складають операції, які пов'язані з рухом грошових коштів. Ефективність організації обліку грошових коштів забезпечить раціональний розподіл та використання грошових коштів, а тим самим успішну фінансову діяльність підприємства.

ВНУТРІШНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

**А.В. ДУБОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

Однією з найважливіших проблем, що стоять перед підприємством, незалежно від його форми власності, є проблема формування фінансового капіталу підприємства. Перед керівництвом підприємства постає низка завдань, першочерговим з яких є побудова оптимальної структури джерел фінансування. Для цього, необхідно детально вивчити ефективність управління джерелами фінансування, зокрема особливу увагу звернути на пошук шляхів збільшення власного капіталу та залучення позикового капіталу. Дана проблема набуває надзвичайної актуальності в період пост кризового стану вітчизняної економіки. Тому для забезпечення ефективної діяльності підприємства, необхідно детально проаналізувати способи та джерела формування фінансового капіталу з метою пошуку способів вдосконалення та оптимізації його структури.

Фінансову основу підприємства складає власний капітал, проте, ми вважаємо, що ефективна фінансова діяльність підприємства неможлива без постійного залучення позикових коштів. Вони дають змогу суттєво розширити обсяг господарської діяльності підприємства, забезпечити більш ефективне використання власного капіталу, прискорити формування різних цільових фінансових фондів та підвищити ринкову вартість підприємства. Таким чином, на нашу думку, застосування комбінованих джерел фінансування підвищує результативність діяльності підприємства.

До внутрішніх джерел фінансування підприємств здебільшого відносять такі:

- чистий прибуток;
- амортизаційні відрахування;
- забезпечення наступних витрат і платежів.

Чистий прибуток підприємства є найбільш вагомим джерелом утворення власних фінансових ресурсів підприємства і сприяє його подальшому розвитку.

Визначається чистий прибуток від реалізації товарів (робіт, послуг) у два етапи. На першому етапі дохід від реалізації зменшується на суму податку на додану вартість (акцизного збору) і утворюється чистий дохід. На другому етапі на фінансовий результат списується собівартість реалізованих товарів (робіт, послуг), адміністративні витрати, витрати на збут та нараховані податки. Різниця між чистим доходом і витратами та податками становить нерозподілений прибуток, що є елементом власного капіталу торгового підприємства.

На величину прибутку, як джерела внутрішніх власних фінансових ресурсів впливають: обсяг товарообігу підприємства, рівень торговельної надбавки, склад та

величина витрат, ефективність реалізації майна підприємства, податкова політика держави з оподаткування доходів, пропорції розподілу чистого прибутку за окремими напрямками його використання.

Прибуток синтезує в собі повне функціонування підприємства, характеризує ефективність його господарської діяльності в цілому. Наступним за значенням джерелом формування внутрішніх власних фінансових ресурсів є амортизаційні відрахування.

Амортизація основних засобів – це поступове віднесення витрат на їх придбання, виготовлення або поліпшення, на зменшення скоригованого прибутку платника податку у межах встановлених норм амортизаційних відрахувань. Амортизації підлягають придбані або самостійно виготовлені основні фонди призначені для власного використання.

При нарахуванні амортизації вартість основних засобів має списуватись систематично протягом всього строку використання. Метод амортизації повинен відображати економічну вигоду від експлуатації об'єкта. Амортизаційні відрахування за кожний період часу повинні визнаватись, як дохід.

Вибір способу амортизації основних засобів повинен враховувати темпи зростання обсягів діяльності; рівень поточних витрат; зміни в податковій політиці держави; прогнозування періоду експлуатації об'єкта амортизації до його ліквідації чи продажу, враховуючи рівень амортизації об'єкта; формування власних фінансових ресурсів протягом періоду амортизації.

Правильно вибрана амортизаційна політика підприємства дає змогу нарощувати обсяг власних фінансових ресурсів протягом амортизаційного періоду. Наступним джерелом формування внутрішніх власних фінансових ресурсів торговельного підприємства є дооцінка вартості залишків товарно-матеріальних цінностей. Фактичний обсяг формування внутрішніх власних фінансових ресурсів за рахунок проведення дооцінки товарно-матеріальних цінностей зменшується на суму уцінки товарів. Суми дооцінки товарно-матеріальних цінностей спрямовують на поповнення власних обігових коштів.

Внутрішні власні фінансові ресурси можуть використовуватися на формування активів, поповнення власних обігових коштів, фінансове інвестування, розвиток матеріально-технічної бази, соціальний розвиток, підготовку кадрів, матеріальне заохочення та інші цілі.

Дискусійним є питання віднесення до внутрішніх джерел фінансування грошових надходжень від інвестиційної діяльності, зокрема відсотків, дивідендів, виручки від реалізації необоротних активів, фінансових інвестицій тощо. Прихильники віднесення зазначених надходжень до зовнішніх фінансових джерел обґрунтовують свою позицію тим, що дезінвестиції та фінансові доходи не є результатом операційної діяльності, а отже, не можуть розглядатися як внутрішнє фінансування.

Вважаємо, що віднесення згаданих надходжень до внутрішніх є виправданим, оскільки за їх рахунок можна покрити потребу підприємства в капіталі, не вдаючись до зовнішніх фінансових джерел, які мобілізуються на ринку капіталів. Для підприємств, які не мають змоги залучити кошти із зовнішніх фінансових джерел (через низьку кредитоспроможність чи інвестиційну привабливість), внутрішнє фінансування є єдиним способом забезпечення фінансовими ресурсами.

Фінансові відносини підприємства виникають тоді, коли на грошовій основі відбувається формування власних ресурсів підприємства, його прибутків, залучення позичкових джерел фінансування господарської діяльності, розподіл прибутків, що утворюються в результаті цієї діяльності, їхнє використання на цілі розвитку підприємства.

Однак, на сьогоднішній день в Україні інвестиційна активність внутрішніх та зарубіжних інвесторів значною мірою стримується за рахунок несприятливого інвестиційного клімату, який є наслідком цілого ряду зовнішніх та внутрішніх факторів.

Так, серед основних факторів, що стримують активність інвестиційних процесів, необхідно виділити наступні:

— зниження фінансових можливостей бюджетів всіх рівнів, а також господарюючих суб'єктів та населення;

- недосконалість і часті зміни законодавчої і нормативно-правової бази;
- слабка розвиненість фондового ринку і ринку капіталів;
- відсутність системи страхування ризику інвесторів;

Послаблення фінансового сектора економіки світовою економічною кризою, також сприяло зниженню темпів приросту обсягу іноземних інвестицій в Україну.

Обсяг власних фінансових ресурсів вважається достатнім, якщо він дає змогу зберегти або покращити структуру капіталу підприємства. При погіршенні фінансової стійкості підприємства потрібно шукати нові джерела формування власних фінансових ресурсів. Управління формуванням власних фінансових ресурсів передбачає пошук та мобілізацію найбільш дешевих джерел поповнення власного капіталу.

Висновки. Отже, формування внутрішніх власних фінансових ресурсів має важливе значення для розвитку підприємства. Надалі дослідження доцільно скерувати на вибір правильного співвідношення між власними і позиковими джерелами формування фінансових ресурсів, яке б сприяло зміцненню фінансового стану підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

**А.Ю. ДУБОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. МАТРОС О.М.**

На сьогоднішній день однією з найбільш обговорюваних та актуальних тем – є тема оподаткування доходів фізичних осіб. В сучасних умовах ця тема є одним із проблемних напрямків у питаннях оподаткування. Найбільшу актуальність процес оподаткування фізичних осіб набув після прийняття Податкового кодексу України.

Метою даної роботи є розгляд особливостей податкового обліку податку на доходи фізичних осіб.

Податок на доходи фізичних осіб є не менш важливим джерелом формування доходів бюджету, ніж інші важливі податки, такі як податок на прибуток підприємств, податок на додану вартість, акцизний податок.

Згідно з Податковим кодексом України, платниками податку на доходи фізичних осіб є: фізична особа – резидент, яка отримує доходи як з джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи; фізична особа – нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні; податковий агент.

Об'єктами оподаткування резидентів є: загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід; доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання); іноземні доходи – доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України. Об'єктом оподаткування нерезидента є: загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід з джерела його походження в Україні; доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання).

В Україні існують спеціальні податкові соціальні пільги. Платник має право на зменшення суми загально місячного оподаткованого доходу у таких розмірах:

1) 150% – самотній матері (батьку, опікуну), утримувачу дитини – інваліда, сім'ям у яких більше 3 дітей на кожну дитину у віці до 18 років, а також є учнем (студентом, аспірантом), інвалідом I (II) групи.

2) 200% – Героям України (Радянського Союзу, Соціалістичної Праці), учасникам (колишнім в'язням концтаборів, особи які насильно були вивезені з території СРСР) Другої Світової війни.

Порядок нарахування, утримання та сплати податку до бюджету залежить від того на кого покладено обов'язок щодо нарахування та сплати податку чи на самого платника, чи на податкового агента. Податковим агентом є юридична, або фізична особа, що незалежно від

організаційно-правового статусу зобов'язані нарахувати та сплатити цей податок до бюджету відповідно до Закону, а також нести відповідальність за порушення норм цього Закону. Податок підлягає сплаті до бюджету під час виплати оподаткованого доходу єдиним платіжним документом. Сума податку за звітний місяць, яка підлягає перерахуванню визначається юридичною особою, або уповноваженим підрозділом самостійно, виходячи із загальної кількості громадян. Контроль за правильністю та своєчасністю сплати податку здійснює податковий орган.

Базою оподаткування є чистий річний оподатковуваний дохід, який визначається шляхом зменшення загального оподаткованого доходу на суми податкової знижки такого звітного року.

Податковим кодексом залежно від видів доходів платника податків встановлені такі податкові ставки: 15% (базова) та 17%; 0%; 1%; 5%; 10%; 30%.

Згідно зі статтею 166 Розділу IV Податкового кодексу України, платник податку має право на податкову знижку. Підстави для нарахування податкової знижки з вказівкою конкретних сум відображаються платником податку у річній податковій декларації, і підтверджуються відповідними платіжними та розрахунковими документами. Документи в орган державної податкової служби не надаються, але підлягають зберіганню.

Зазначимо деякі витрати, які можна включити до податкової знижки:

- частина суми процентів, сплачених платником податку за користування іпотечним житловим кредитом;

- сума коштів або вартість майна, переданих платником податку у вигляді благодійного внеску неприбутковим організаціям;

- сума грошових коштів, сплачених платником податку на користь закладів освіти для отримання компенсації вартості середньої професійної або вищої освіти самого платника податку, або членів його сім'ї першого ступеня споріднення;

- сума грошових коштів, сплачених платником податку у зв'язку з переобладнанням транспортного засобу, що належить платнику податку, з використанням біопалива.

Щоб отримати право на податкову знижку, треба:

- бути резидентом;

- мати реєстраційний номер облікової картки платника податку, або відмітку в паспорті про відмову у отримання такого номера;

- загальна сума податкової знижки не може бути більше загального річного оподаткованого доходу;

- податкова знижка повинна бути сформована витратами звітного податкового року і не переноситься на наступні податкові роки.

Отже, можна зробити **висновок**, що податок на доходи фізичних осіб є важливим джерелом формування доходів бюджету. Перш ніж почати розраховувати податок на доходи фізичних осіб, необхідно детально вивчити особливості Податкового кодексу України, визначити, що таке податкова знижка чи податковий кредит та уважно розраховувати податок, для того щоб уникнути помилок і фінансової відповідальності.

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

**А.В. ДУБОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ГВОЗДЄЙ Н.І.**

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, значного розширення прав та свобод суб'єктів підприємницької діяльності у галузі фінансово-економічної діяльності кожне підприємство повинно чітко орієнтуватися та правильно оцінювати виробничий та економічний потенціал, стратегію подальшого розвитку, свій фінансовий стан та підприємств-партнерів. Значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового

стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності.

Управління підприємством – це складний процес, що потребує постійного контролю за діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності його функціонування, а також визначення перспектив його розвитку. Проблема аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки є актуальною і сьогодні, оскільки, з одного боку, він є результатом діяльності підприємства, тобто його досягнення, а з іншого – визначає передумови розвитку підприємства.

Розв'язання проблеми управління фінансовим станом підприємства перебуває у центрі уваги багатьох сучасних наукових досліджень.

Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад оцінки фінансового стану підприємств внесли такі вчені як О.І. Барановський, В.Г. Белоліпецький, Л.Д. Білик, І.О. Бланк, Л.Д. Буряк, Ф.Ф. Бутинець, О.Д. Василик, О.Н. Волкова, Г.П. Герасименко, К.В. Ізмайлова, В.В. Ковальов, Т.М. Ковальчук, М.Я. Коробов, Л.А. Лахтіонова, А.М. Поддєрьогін, Г.В. Савицька, О.О. Терещенко, М.Г. Чумаченко, С.І. Шкарабан, М.І. Яцків та ін.

Дозавдань слід віднести дослідження сутності та необхідності оцінки фінансового стану підприємства, обґрунтування важливості її систематичного проведення, а також дослідження показників, отриманих у результаті аналізу, з точки зору відповідності їх фактичних значень установленим нормативам для даного підприємства, ідентифікацію факторів, що вплинули на значення показників, визначення необхідної його величини на перспективу та способів її досягнення. Виклад основного матеріалу. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансової діяльності. На фінансовий стан підприємства позитивно впливають безперебійний випуск і реалізація високоякісної продукції.

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 і використання фінансових ресурсів.

Таким чином, перш за все слід зрозуміти, що являє собою фінансовий стан підприємства в усій його багатосторонності та вивчити підходи до його аналізу та оцінки. Адже саме на результатах його аналізу і буде базуватися прийняття рішень по покращенню ефективності діяльності підприємства.

У своїй статті “Сутність фінансового стану підприємства” це питання розглядає Т.А. Обушак. Автор запропонував таке трактування цього поняття: фінансовий стан підприємства – це сутнісна характеристика діяльності підприємства у певний період, що визначає реальну та потенційну можливість підприємства забезпечувати достатній рівень фінансування фінансово-господарської діяльності та здатності ефективно здійснювати цю діяльність у майбутньому.

Слід відзначити, що фінансовий стан підприємства є результатом всіх форм його діяльності як суб'єкт а господарювання з одного боку та як результат такої діяльності справляє ключовий вплив у майбутній зміні проявів діяльності підприємства, що формує його “подальший поточний стан”. Для оцінки фінансового стану підприємства важливим є визначення самого поняття «фінансовий стан підприємства». Існує безліч трактувань цього поняття. Пропозиції науковців щодо визначення поняття «фінансовий стан» зводяться переважно до трактування з урахуванням декількох окремих елементів фінансового стану підприємства, які не повністю його характеризують. У сучасних умовах господарювання підприємств важливим є врахування поряд с такими елементами як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, що визначається, зокрема, ефективністю оборотних коштів, прибутковістю підприємства, таких як потенціал формування та повнота використання фінансових ресурсів, збалансування грошових потоків і рівень фінансового ризику.

Не можна однозначно погодитися з визначенням поняття, яке пропонується у Великому економічному словнику, оскільки фінансовий стан характеризується структурою активів і пасивів без їх порівняння, яке здійснюється при складанні балансу ліквідності.

Найкраще фінансовий стан підприємства визначається елементами його економічної діяльності: прибутковістю (рентабельністю) роботи підприємства; оптимальністю розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків і обов'язкових відрахувань; наявністю власних фінансових ресурсів (основних і оборотних засобів) не нижче мінімально необхідного рівня для організації виробничого процесу і процесу реалізації продукції; раціональним розміщенням основних і оборотних засобів (власних і позикових); платоспроможністю; ліквідністю.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів з метою забезпечення фінансової стійкості, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, сталого розвитку підприємства і ефективності його функціонування.

Діагностика фінансового стану дає змогу оцінити достовірність поточного фінансового обліку та звітності, створює базу для пошуку резервів підвищення рентабельності виробництва, висування гіпотез про закономірності і можливість нестійкого фінансового стану, формування становища, в якому стає можливим виконання підприємством зобов'язань перед кредиторами та бюджетом.

В результаті дослідження літературних джерел можна виділити наступні завдання аналізу фінансового стану:

- дослідження ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- прогнозування можливих фінансових результатів, економічної рентабельності, виходячи з реальних умов господарської діяльності й наявності власних і залучених коштів, розробка моделей фінансового стану при різних варіантах використання ресурсів;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- вивчення відповідності між коштами та джерелами, раціональності їх розміщення та ефективності використання;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів;
- визначення причинно-наслідкових зв'язків між різними показниками виробничої, комерційної та фінансової діяльності і на основі цього оцінка виконання плану щодо надходження фінансових ресурсів та їх використання з позицій зміцнення фінансового стану підприємства;
- розробка конкретних заходів, спрямованих на більш ефективне використання фінансових ресурсів і зміцнення фінансового стану підприємства.

У сучасних умовах господарювання аналіз фінансового стану – необхідна складова процесу управління підприємством. Головним напрямком його практичної реалізації є виявленням оживлостей підвищення ефективності функціонування підприємства, визначення перспектив його розвитку.

Аналіз фінансового стану підприємства показує, за якими конкретними напрямками потрібно проводити аналітичну роботу, дає можливість виявити найважливіші аспекти та найслабкіші позиції у фінансовому стані певного підприємства.

Висновки. Оцінка фінансового стану – невід'ємна частина економічного аналізу діяльності підприємства, без якого не можливе раціональне ведення господарства будь-якого суб'єкта господарювання. Враховуючи це, фінансовий стан – одна з найважливіших сторін господарської діяльності кожного підприємства.

Фінансовий аналітик, управлінець у результаті фінансового аналізу отримує визначену кількість, необхідних йому інформативних показників, які дають об'єктивну та точну картину фінансового стану підприємства. Чи то для вивчення поточного фінансового стану підприємства чи для оцінки перспектив розвитку підприємства, окремих напрямів його діяльності.

ВПЛИВ ПДВ НА ФІНАНСОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Є.С. ДУБЧАК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.

Податки – найважливіше джерело формування доходів бюджетів різних рівнів, яке вважається невід'ємною частиною господарства держави як історичної форми задоволення колективних потреб.

Податок на додану вартість (ПДВ) – це непрямий податок, що є частиною новоствореної вартості, яка утворюється на кожному етапі виробництва або обігу, його сума входить до продажної ціни на товари (роботи, послуги) і сплачується кінцевим споживачем.

ПДВ являє собою вилучення в бюджет частини приросту вартості, створеної в процесі виробництва. Цей податок був запроваджений в Україні в 1992 році і разом з акцизним збором замінив податок з обороту та податок з продажу.

На сьогоднішній день є багато суттєвих недоліків адміністрування ПДВ, зумовлені недосконалістю податкового законодавства, що призводить до негативного впливу на господарські рішення підприємств. Також ПДВ є важливим чинником, який може стимулювати або стримувати ділову активність його платників.

Податок на додану вартість є ціноутворюючим елементом та може істотно впливати на загальний рівень цін, оскільки входить до ціни реалізованих товарів (виконаних робіт і наданих послуг). Цей податок обмежує величину прибутку підприємств, тому що в умовах конкуренції не завжди можливе підвищення ціни на величину цього податку, особливо у випадках підвищення ставки ПДВ. Збільшення цін на суму цього податку може призвести до зменшення попиту, тому що ПДВ, який сплачує підприємство, прямо пропорційний еластичності попиту на продукцію та обернено пропорційний пропозиції. Коли сформовані на ринку попит і пропозиція дають змогу встановлювати ціну, включаючи до неї ПДВ, на рівні, що задовольняє потреби підприємства для продовження господарської діяльності, то тягар податку несе кінцевий споживач. Якщо ж такі умови відсутні, то в цьому випадку витрати зі сплати ПДВ лягатимуть на продавця товару (виробника). Враховуючи це, підприємству необхідно сформувати ціну на товари (роботи, послуги) таким чином, щоб сплачений податок не призвів до скорочення попиту, зниження обсягів продажу і прибутку, відволікання обігових коштів, зниження фінансової стійкості, платоспроможності, ліквідності та фінансових труднощів у майбутньому.

Для суб'єктів господарювання є важливим визначення джерела сплати та наступного відшкодування ПДВ, від якого залежить термін мобілізації власних коштів і залучення позикових коштів для їх покриття.

Для платника податку джерелом відшкодування ПДВ можуть служити:

- 1) собівартість реалізованих товарів (робіт, послуг);
- 2) сума ПДВ, включеного до ціни товарів (робіт, послуг);
- 3) кошти державного бюджету.

Ставка ПДВ являє собою свого роду проблему, адже визначена чинним законодавством ставка ПДВ у розмірі 20% призводить до відповідного зростання цін на товари, роботи, послуги. У більшості випадків це негативно впливає на обсяги реалізації, а отже, і на фінансовий результат діяльності суб'єктів господарювання. Більш доцільним щодо зниження негативного впливу ПДВ платників податку є поступове зниження загальної ставки ПДВ. Передбачається поступове щорічне зниження ставки ПДВ на 1% з нинішніх 20% до 17% з 1 січня 2014 р. Це буде досить позитивним процесом, адже внаслідок цього:

- відбудеться загальне зниження рівня цін на товари, роботи, послуги, що буде супроводжуватися зростанням обсягів їх реалізації, а отже, і покращанням фінансових результатів діяльності підприємств;

- скоротяться видатки на придбання основних засобів і нематеріальних активів, вартості будівництва, що сприятиме активізації здійснення реальних капітальних вкладів та впровадження інновацій.

Податок на додану вартість у багатьох випадках змушує підприємство перераховувати кошти в бюджет ще до того, як вироблена продукція реалізована, що в умовах інфляції зобов'язує суб'єктів господарювання мати власних оборотних коштів значно більше, ніж необхідно для процесу виробництва і збуту.

На період іммобілізації оборотних коштів підприємства, спричинений сплатою ПДВ, також впливають тривалість виробничого циклу, швидкість реалізації продукції (виконання робіт, надавання послуг), тривалість податкового періоду, форми розрахунків (попередня оплата, акредитивна форма, вексельна форма), вчасність відшкодування з бюджету (компенсація або зарахування за рахунок).

На тривалість іммобілізації впливає також податковий період, оскільки датою виникнення податкового зобов'язання вважається дата, яка припадає на податковий період, а сума ПДВ, яка підлягає бюджетному відшкодуванню, визначається на підставі податкової декларації, що подається тільки після закінчення звітного періоду (місяця або кварталу). Позитивна різниця між сумою податкового зобов'язання і сумою податкового кредиту звітного податкового періоду підлягає сплаті в бюджет у встановлений термін. Коли сума податкового кредиту перевищує суму сплаченого ПДВ, то підприємству зменшується сума податкового боргу з цього податку, який виник за попередні податкові періоди, а за його відсутності зараховується до складу податкового кредиту наступного податкового періоду. Якщо в наступному податковому періоді розрахована сума ПДВ має негативне значення, то підприємству-покупцю буде відшкодована частина цього податку, фактично сплаченого у попередньому податковому періоді за одержані товари (роботи, послуги) або після бюджетного відшкодування залишок негативного значення буде включений до складу податкового кредиту наступного податкового періоду.

Несвоєчасне повернення ПДВ призводить до зниження економічної активності підприємств і обсягів їхнього виробництва, оскільки відволікання оборотних коштів зменшує можливості закупівлі сировини й матеріалів, інших ресурсів, виплати заробітної плати та здійснення інвестицій.

Недоліком непрямих податків є те, що вони розглядаються платником податків як соціально несправедливі, оскільки вони сплачуються тільки у тих випадках, коли платник ще не одержав дохід, а податок вже потрібно платити. Таким чином, платник податків усвідомлює їх як авансові платежі. Переваги полягають у тому, що їх відносно складніше фальсифікувати.

Питання застосування ПДВ потрібно розглядати з точки зору всієї податкової системи, а саме як відношення прямих та непрямих податків. А це вже виходить з економічної ситуації та податкової культури окремої країни. Також осталися суперечливі питання безпосередньо механізму застосування ПДВ.

Роль ПДВ в податковій системі України важко переоцінити. Широка база оподаткування цього універсального акцизу є цінною для фіскальної функції податків. Але щоб конкретний податок, як і податкова система, в цілому, був ефективним не потрібно забувати і про податковий прес, що тисне на платників податку. Тільки завдяки компромісу між максимальною величиною залучених податком до бюджету коштів і інтересам платників податок може оптимально виконувати свою місію в фінансовій системі.

Сучасний механізм стягнення ПДВ потребує вдосконалення в напрямку мінімізації його впливу на фінансово-господарську діяльність підприємств. Цей податок є ціноутворювальним елементом продукції підприємства, тому впливає на обсяги її реалізації. Вилучення оборотних коштів на сплату ПДВ, замість використання їх для обслуговування процесів виробництва та реалізації, призводить до зниження економічної активності, несвоєчасних розрахунків з бюджетом, банками та постачальниками та іншими кредиторами. Все це, в свою чергу, негативно впливає на обсяги виробництва і реалізації, знижує чистий прибуток, погіршує фінансовий стан підприємства, що в сучасних кризових умовах ставить підприємство на межу виживання і може призвести до його банкрутства.

Висновки. ПДВ, що сплачується українськими підприємствами, не підкріплює їх фінансову стійкість, не робить пріоритетним розвиток підприємств. ПДВ правомірний лише в тій державі, де високий рівень споживання, де ринок насичений товарами та послугами, і покупцю є із чого вибрати і за що купувати.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗЕМЕЛЬНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

М.В. ЄВЧАК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ТРАНЧЕНКО О.М.

Формування ринкового середовища в Україні передбачає посилення ролі земельних ресурсів у системі економічних відносин. Відповідно до Конституції України, земля є об'єктом права власності українського народу та основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави. Використання землі в Україні є платним.

Земля як об'єкт ринкових відносин має ключове значення при здійсненні підприємницької діяльності в аграрній сфері у якості основного засобу виробництва.

За допомогою механізму справляння плати за землю держава впливає на економічні інтереси землевласників і землекористувачів, спонукаючи їх підвищувати ефективність використання землі, що знаходиться у їх розпорядженні.

Теоретичні аспекти управління земельними ресурсами, організації використання й охорони земель в умовах реформування земельних відносин досліджено у наукових працях відомих учених. Вагомий внесок у розвиток цієї проблеми зробили такі українські вчені: В. Андрущенко, Л. Лисяк, І. Луніна, І. Лютий, Е. Павленко, А. Соколовська, В. Тропіна, Л. Тулуш, Т. Шульга та інші.

Основними нормативними актами, які регулюють земельні відносини в Україні, є Конституція України, Земельний Кодекс України, Податковий кодекс України, а також прийняті відповідно до них нормативно-правові акти.

Земельний кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III у статті 2 визначає земельні відносини, як суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження землею.

В Україні, завдяки нещодавно прийнятому Податковому кодексу існуюча система оподаткування України зазнала чималих змін. Майже всі нововведення та коригування набули чинності з 1 січня 2011 року.

Серед значної низки нормативних актів, що втратили чинність з 01.01.2011 р. – Закон України "Про плату за землю" N 378/96-ВР від 19.09.96 р. На заміну зазначеному закону в Податковому кодексі передбачено розділ XIII, повністю присвячений такому загальнодержавному податку, як плата за землю.

Відповідно до Податкового кодексу України, плата за землю належить до загальнодержавних податків і зборів, які є обов'язковими до сплати на усій території України, і в повному обсязі зараховується до місцевого бюджету за місцем розташування земельної ділянки.

Відповідно до Податкового кодексу, плата за землю об'єднує в собі два обов'язкові платежі — земельний податок та орендну плату за земельні ділянки державної та комунальної власності.

Земельний податок — це обов'язковий платіж, який справляється з власників земельних ділянок та земельних часток (паїв), а також з постійних землекористувачів, а орендна плата за земельні ділянки державної та комунальної власності — обов'язковий платіж, який орендар вносить орендодавцеві за користування земельною ділянкою.

Платниками земельного податку є власники земельних ділянок, земельних часток (паїв), а також землекористувачі, а орендної плати — орендарі земельних ділянок.

Об'єктом оподаткування плати за землю є земельна ділянка (частина земної поверхні з установленими межами, певним місцем розташування, цільовим (господарським) призначенням та з визначеними щодо неї правами), а також земельна частка (пай), що перебуває у власності чи користуванні, у тому числі на умовах оренди.

Базою оподаткування є нормативна грошова оцінка земельних ділянок з урахуванням коефіцієнта індексації, а у разі, якщо така оцінка не проведена — площа земельних ділянок.

Кодексом збережено важливий концептуальний принцип щодо встановлення ставок земельного податку у відсотках від нормативної грошової оцінки земельної ділянки, яка є

капіталізованим рентним доходом із земельної ділянки і таким чином забезпечує рентну суть плати за землю.

Ставки податку за земельні ділянки сільськогосподарських угідь (незалежно від місцезнаходження) встановлюються на 1 га сільськогосподарських угідь у відсотках від їх нормативної грошової оцінки у таких розмірах: для ріллі, сіножатей та пасовищ – 0,1%; для багаторічних насаджень – 0,03%.

Ставка податку за земельні ділянки, нормативну грошову оцінку яких проведено, встановлюється у розмірі 1% від їх нормативної грошової оцінки, за винятком таких земельних ділянок як: земельні ділянки сільськогосподарських угідь, лісові землі, земельні ділянки, надані підприємствам промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони, розташовані за межами населених пунктів.

Так, платники плати за землю (крім фізичних осіб) самостійно обчислюють суму податку і до 1 лютого поточного року подають відповідному органу державної податкової служби за місцезнаходженням земельної ділянки податкову декларацію на поточний рік за встановленою формою з розбивкою річної суми рівними частками за місяцями. При цьому подання такої декларації звільняє від обов'язку подання щомісячних декларацій.

Суттєвим недоліком сучасного механізму справляння плати за землю в Україні є те, що вона не забезпечує фінансовими ресурсами заходи щодо поліпшення та охорони земельних угідь; нераціональне використання земель, зокрема, скорочення ріллі в зв'язку з відмовою від її обробітку, недотримання сівозмін з метою отримання більшого прибутку в короткостроковому періоді; відсутність впливу на ринкові трансакції земельних угідь.

Незважаючи на недоліки, земельний податок має значні переваги як у фіскальному, так і у регулюючому відношенні, зокрема: при справлянні земельного податку практично не існує можливості ухилення від оподаткування; за умови науково обґрунтованого механізму адміністрування земельного податку реалізується принцип справедливості та рівномірності, дотримання відповідно до теоретичних основ податкової політики; земельний податок у сільському господарстві виступає засобом врегулювання рентних доходів і слугує інструментом, за допомогою якого держава вирівнює умови господарювання; завдяки стимулюючій функції земельного податку держава домагається від землевласників ефективного використання землі як основного природного багатства суспільства.

Завдяки запровадженню положень Податкового кодексу України створено надійне законодавче підґрунтя порядку адміністрування плати за землю, а це, в свою чергу, створює додаткові можливості для ефективної діяльності як платників, так і контролюючих органів.

Висновки. Однак, незважаючи на це, в Україні потрібно реформувати системи земельних платежів з метою посилення ролі земельного оподаткування як регулятора розвитку земельних відносин, стимулювання раціонального використання землі шляхом підвищення відповідальності землевласників за ефективне використання угідь. Саме ці питання мають стати об'єктом для здійснення подальших досліджень з метою розробки науково обґрунтованої податкової стратегії держави.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТІВ

**С.І. ЖМУДЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БУРЛЯЙ А.П.**

Конкуренти є важливою структурною частиною мікросередовища, в якому знаходиться фірма. Їх кількість та місце на ринку значним чином впливають на результати маркетингової діяльності підприємства. Тому невідкладним завданням будь-якої фірми є проведення маркетингового аналізу конкурентів. Не зважаючи на те, його питання на сьогодні розроблені недостатньо. В літературі відсутні належні публікації, які б системно відображали порядок його проведення.

Проте певні елементи здійснення маркетингового аналізу знайшли своє відображення в публікаціях вітчизняних та зарубіжних авторів. Зокрема А. В. Войчак розробив порядок оцінки конкурентоспроможності підприємств; Є. П. Голубков запропонував класифікацію конкурентних груп залежно від ролі підприємств в їх конкурентній боротьбі, М. Стрижевська та М. Рускевич виклали підходи до аналізу цін через призму конкурентів. Однак ці положення не формують цілісної структури маркетингового аналізу конкурентів фірми. Вони, швидше всього, торкаються певних питань інших наук (маркетингових досліджень, маркетингової цінової політики та інших). Такий стан із висвітленням сутності маркетингового аналізу конкурентів негативно впливає на практичну сторону його реалізації. Тому на більшості підприємств маркетинговий аналіз конкурентів проводиться на недостатньому рівні. Як правило, виявляються конкуренти, оцінюються якісні параметри товарів.

Таким чином, розробка положень, які б окреслювали порядок проведення маркетингового аналізу конкурентів на принципах системності та комплексності, є актуальними як в теоретичному, так і практичному аспектах.

Маркетинговий аналіз вирішує наступні завдання:

- визначення рівня конкурентоспроможності товарів підприємства та порівняння його з відповідними показниками фірм-конкурентів;
- встановлення факторів, що впливають на конкурентоздатність товарів підприємства;
- оцінку конкурентоспроможності підприємства в цілому та її конкурентів;
- визначення «слабких» і «сильних» сторін в діяльності фірми та її конкурентів з позиції конкурентоспроможності;
- розроблення заходів, спрямованих на підвищення рівня конкурентоздатності товарів та підприємства в цілому.

Для подальшого розкриття цього питання варто дати визначення таких понять як «конкурентоздатність товару» та «конкурентоздатність підприємства».

В літературі під конкурентоздатною продукцією розуміють сукупність властивостей товару, які відображають його відмінність від аналогічного товару конкурентів за параметрами ступеня відповідності конкретній потребі та затрат на її задоволення.

За загальноприйнятими канонами, конкурентоспроможність підприємства представляє собою відносну характеристику, що виражає відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреб людей і ефективності виробничої діяльності.

Наступним кроком маркетингового аналізу конкурентів є етапність його проведення. Вважаємо, що зазначений аналіз доцільно здійснювати в такій послідовності:

- виявлення дійсних (реальних) конкурентів фірми, їх цілей на ринку та інтенсивності конкурентної боротьби;
- аналіз конкурентоспроможності товарів підприємства;
- аналіз рівня конкурентоспроможності фірми;
- прогнозування майбутніх стратегій конкурентів.

Виявлення реальних конкурентів залежить, насамперед, від їх кількості в галузі. В цьому плані пропонується використовувати наступні методи:

- всеохоплюючий, коли маркетинговому аналізу піддаються всі фірми-конкуренти. Даний метод застосовується тоді, коли кількість підприємств-конкурентів у галузі незначна (до 5-6 фірм), наприклад, у виробництві автомобілів, морських суден, тракторів і т.п.;

- метод виявлення пріоритетних конкурентів, який використовується у випадках, коли в галузі існує багато конкурентів. В цій ситуації маркетинговий аналіз всієї їх кількості є досить трудомістким і часто непотрібним. Тому їх число повинно бути обмежено так званими пріоритетними конкурентами. їх виявлення може бути здійснено на основі різних концепцій:

- залежно від ролі підприємств в конкурентній боротьбі;
- шляхом поділу виготовлених товарів на продукти даної групи і продукти-замінники.

За роллю підприємств в конкурентній боротьбі виділяється чотири групи конкурентів:

ринкові лідери, ринкові претенденти, ринкові послідовники та підприємства, які діють в ринковій ніші.

До ринкових лідерів відносяться підприємства, які займають найбільшу частку ринку в галузі. Їх може бути від одного до декількох. Друга ситуація має місце тоді, коли відносно високими і майже однаковими частками ринку володіють кілька підприємств.

Ринковий претендент – це ті підприємства даної галузі, які ставлять собі за мету збільшити свою частку ринку та входження до числа лідерів. Фірми, які беруть на озброєння маркетингові політику слідування за лідерами, відносяться до ринкових послідовників. Характерними особливостями їхньої діяльності є:

- надання переваги стратегії збереження своєї ринкової частки;
- використання, коли це можливо, стратегій розширення поля своєї діяльності при умові, що вона не буде викликати спротиву з боку конкурентів.

Ринкові послідовники можуть зазнавати атаки з боку претендентів.

Підприємства, які діють в ринковій ніші, займають незначну ринкову частку. Вони обслуговують невеличкі сегменти (сегмент в сегменті) і, практично, не складають іншим фірмам жодної конкуренції. Підприємства-конкуренти, образно кажучи, «нішерів» не беруть до уваги.

Отже, при виявленні дійсних (реальних) конкурентів фірмам варто враховувати:

- прямих конкурентів, які в даний час знаходяться на ринку;
- непрямих (потенційних) конкурентів, які старатимуться перебороти бар'єри входження на даний ринок;
- потенційно нових учасників-виробників товарів-замінників.

Важливим кроком в маркетинговому аналізі є аналіз конкурентоспроможності підприємств. Існують різні підходи до її оцінки, на нашу думку, для цілей аналізу конкурентоспроможності найбільш придатним є варіант, який ґрунтується на використанні бальної оцінки. Зміст його полягає в наступному:

- визначаються фактори конкурентної позиції підприємств. До них можна віднести: частку ринку, споживчі властивості товару, престижність торгової марки, упаковку, сервіс, ціну, канали розподілу, ефективність маркетингових комунікацій, виробничі потужності, матеріально-технічне забезпечення, рентабельність збуту;

- встановлюється вагомість кожного із факторів, які характеризують рівень конкурентоспроможності підприємств (сумарна вага за всіма показниками повинна дорівнювати 1);

- здійснюється оцінка дійсного значення кожного із факторів конкурентоспроможності підприємств (в балах – від 0 до 5);

- розраховується цінність кожного фактора як добуток вагового його значення і дійсної оцінки в балах;

- результати цінності факторів конкурентоздатності відповідних підприємств підсумовуються. Більша сумарна кількість балів свідчить про міцніше становище фірми на ринку;

- визначаються сильні та слабкі сторони в конкурентоздатності фірми. До сильних сторін відносяться значення цінності факторів, які перевищують відповідні параметри у конкурентів. У протилежному випадку вони відносяться до слабких сторін.

Завершується маркетинговий аналіз конкурентів прогнозуванням їх майбутніх стратегій, насамперед, в розрізі елементів комплексу маркетингу. Це дозволить фірмі об'єктивно визначити свої маркетингові можливості, місце на ринку, розробити заходи із зміцнення власних конкурентних позицій.

Викладений порядок проведення аналізу конкурентів послужить важливим інструментом виявлення маркетингових резервів, сприятиме успішному проведенню товарної, цінової, збутової та комунікативної політики. В цілому це призведе до поліпшення результативних показників маркетингової діяльності підприємства.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**І.В. ЗАБОЛОТНЯ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ХАРЕНКО А.О.**

Ефективне функціонування сільськогосподарських підприємств є важливою передумовою стабільного розвитку економіки країни та забезпечення її населення цінними для здоров'я продуктами харчування. Функціонування таких господарств у ринкових умовах об'єктивно потребує стратегічної орієнтації та перспектив адаптації до постійних змін як у внутрішньому, так й у зовнішньому конкурентному середовищі, здобутті переваг у виробництві якісних, доступних за ціною товарів, а відтак вивчення, оперативного аналізу та застосування систем маркетингу.

Маркетинг є основою кращої організації виробництва, посилення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на ринку, формування його іміджу в соціально-економічному середовищі. У свою чергу основою маркетингу є постійний та системний аналіз ринку, передусім клієнтів і конкурентів, що дозволяє підприємствам розробляти ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів продукції, надаючи при цьому підприємствам певних конкурентних переваг.

Аграрний маркетинг ґрунтується на поєднанні процесів виробництва сільськогосподарської продукції, її промислової переробки, зберігання, транспортування, доведення до кінцевого споживача, чому сприяють різні підприємницькі структури. Під макромаркетингом продукції сільського господарства розуміють сукупність підприємницької діяльності, що формує її споживчу цінність і доставляє до кінцевих споживачів. Його суб'єктами є: виробники сільськогосподарської продукції, елеватори, переробні підприємства, інфраструктура ринку (біржі, торгові дома, торгівля, транспортні підприємства, кооперативи тощо). Мікромаркетингом є підприємницька діяльність окремих підприємств, що додає споживчу цінність та спрямовує продукцію назустріч покупцю для досягнення цілей підприємства.

Маркетинг в аграрній сфері ще не набув значного поширення, що пояснюється кількома причинами: по-перше, реформування галузі сільського господарства зумовило виникнення великої кількості сільськогосподарських підприємств, як правило, суб'єктів малого бізнесу, які з фінансових причин не в змозі займатись маркетинговою діяльністю; по-друге, продукції сільського господарства виробляється недостатньо, і проблеми перевиробництва не виникали; по-третє, у більшості ключових керівників складається думка про незначну роль маркетингу в умовах дефіциту продуктів харчування. Аналіз діяльності аграрних підприємств Черкащини дає підстави для висновку, що маркетингові функції в господарстві виконуються здебільшого керівниками, які є фактичними їхніми власниками. При прийнятті рішень останні орієнтуються переважно на власний досвід та обмежений обсяг інформації, що надходить з різних джерел і не має регулярного характеру. Відповідно це призводить до спотвореного сприйняття ситуації на ринку та прийняття не виважених управлінських рішень.

Особливості управління маркетингом в аграрній сфері визначаються специфікою самого сільського господарства: залежністю економічних результатів від природних умов; особливим значенням продовольчих товарів; неспівпаданням робочого періоду та періоду виробництва; сезонністю виробництва та одержання продукції; різноманітністю форм власності і організаційних форм господарювання; впливом тенденцій світового ринку; участю державних органів в розвитку та підтримці агропромислового комплексу і його окремих галузей. Окрема особливість визначається тим, що виробництво сільськогосподарської продукції пов'язане з використанням землі як основного засобу виробництва.

Сучасні тенденції розвитку управління маркетингом в сільськогосподарських підприємствах пов'язані з відповідними змінами ринку, які полягають у:

- зростанні цінової конкуренції та посиленні конкуренції загалом;
- підвищенні якості продукції, що пропонується споживачеві;
- швидкій появі та розповсюдженні товарів-новинок;
- постійних змінах у структурі споживчого попиту;
- збільшенні каналів розповсюдження продукції;
- збільшенні витрат на рекламу, пропаганду та загалом на товаропросування продукції й маркетингові заходи;
- зростанні ролі державного регулювання економіки та вирішенні соціальних проблем;
- впливі європейської інтеграції та глобалізації економіки.

Для підвищення ефективності господарської діяльності в цілому та маркетингової загалом, доцільно раціонально здійснювати управління нею, при цьому визначивши найефективніші методи такого управління й найпридатнішу для підприємства модель організації служби маркетингу. Її на великому підприємстві можна створити шляхом організації відповідного підрозділу на базі економічного відділу. Їхні робочі місця повинні бути обладнані ЕОМ з доступом до інформаційної мережі Internet та відповідними засобами зв'язку. Необхідно також розробити посадові інструкції для працівників, де б передбачалися їхні обов'язки, права, та відповідальність. З метою отримання інформації, невеликим за розміром підприємствам, про ситуацію на ринку, рівень цін, а також проведення стимулювання збуту їм доцільно ввійти до складу засновників маркетингового кооперативу, який би займався даними видами діяльності, оскільки самостійне проведення даних дій потягне за собою значні витрати. Такий кооператив, на нашу думку, повинен мати в своєму складі наступні підрозділи: відділ стимулювання збуту, відділ дослідження ринку, відділ технічного забезпечення. Він також повинен бути забезпечений телефонним зв'язком та мати доступ до інформаційних баз даних. Його діяльність здійснюється на основі внесків підприємств-засновників. Кооператив може надавати послуги стороннім господарствам. Прибуток розподіляється між засновниками пропорційно їхній дольовій участі в статутному капіталі та вартості наданих послуг.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ТА НАПРЯМИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ В ПСП «НИВА» ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**В.Ю. ЗАВОДЯНА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач МАНЗІЙ О.П.**

Найважливішою галуззю продуктивного тваринництва України є скотарство, яке постачає незамінні продукти харчування і цінну сировину для харчової і переробної промисловості. Галузь скотарства є основною галуззю тваринництва, в складі якої чільне місце посідає продукція відгодівлі молодняка ВРХ на м'ясо та молочне поголів'я.

Перехід України до ринкових умов господарювання не змінив відношення стану виробництва продукції тваринницької галузі, яка знаходиться в глибокій кризі. Не зважаючи на збитковість галузі відгодівлі молодняка великої рогатої худоби в цілому по Україні за останній десяток років, сільськогосподарські підприємства Гайворонського району продовжують утримувати молодняк ВРХ та молочне стадо, оскільки ця галузь дає не лише цінні продукти харчування, такі як м'ясо і молоко, але і сировину для шкіряної промисловості, а також деякі види сировини для медичної промисловості.

Подальший розвиток молочного скотарства спрямований на повніше задоволення потреб населення країни в молоці та молочних продуктах на основі раціонального використання наявних природних і виробничих ресурсів. Це зумовлює необхідність визначення рівня економічної ефективності виробництва молока й визначення її динаміки за умов різних форм власності та видів господарювання

Вивченням економічної ефективності виробництва молока займалися багато вчених, зокрема, С.П. Азізов, П.К. Канінський, П.С. Березівський, П.Т. Саблук, С.С. Сергеев, В.Й. Шиян та інші.

Економічна ефективність відображає певні результати складного й нерідко суперечливого процесу взаємодії багатьох факторів, що впливають на розвиток сільськогосподарського виробництва. Це стосується й скотарства як галузі сільського господарства. Тому не дивно, що в економічній літературі є багато поглядів і думок з приводу системи показників економічної ефективності. Показники ефективності виробництва є індикатором, за допомогою якого можна визначити стан і динаміку економічних процесів. Вони повинні досить достовірно відображати реальні процеси й бути відповідними знаряддями для прийняття управлінських рішень. Принципи їх побудови загальновідомі. Наприклад, вони мають якомога повніше та точніше відображати суть критерію ефективності й бути зручними у використанні. За їх допомогою повинно стати можливим виявлення резервів збільшення економічного ефекту при мінімальному залученні додаткових ресурсів. Однією з вимог до економічних показників є можливість їх розрахунку на основі тих баз даних, якими володіють статистичні органи чи інші організації, що займаються збором економічної інформації

1. Економічна ефективність виробництва молока в ПСП «Нива»

Показник	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011р. до 2009 р., %
Середньорічне поголів'я корів, гол.	423	376	346	81,8
Валовий надій молока, ц	7394	7390	8857	119,8
Реалізовано молока, ц	6909	7151	8218	118,9
Щільність поголів'я корів на 100 га с.-г. угідь, гол.	12	9	11	91,7
Надій молока на 1 корову, кг	3455,1	4451,8	4341,6	126,2
Виробництво молока на 100 га с.-г. угідь, ц	416,1	415,9	497,9	119,7
Собівартість 1 ц молока (повна), грн.	111,5	116,0	145,2	130,2
Фактична ціна реалізації 1 ц молока, грн.	188,4	156,8	253,8	134,7
Прибуток (збиток) на 1 ц молока, грн.	76,9	40,8	108,6	141,2
Рентабельність виробництва молока, %	68,9	35,2	74,8	108,6
Сума виробничих витрат на 1 середньорічну корову, грн.	3424,7	4772,3	5553,9	164,1
Прибуток на 1 корову, грн.	6083,2	6753,6	10225,5	168,1

Виходячи з вищенаведеного, розглянемо ефективність молочного скотарства ПСП „Нива” Кіровоградської області за системою показників, які найчастіше застосовують.

В галузі тваринництва в ПСП „Нива” найбільший фінансово – економічний ефект дає виробництво та реалізація молока. Економічні показники є концентрованим виразом якісних і кількісних змін в економіці сільськогосподарських виробництв. Розглянемо економічну ефективність виробництва молока в підприємстві в таблиці 1.

Аналізуючи дану таблицю, бачимо, що поголів'я корів зменшилося з 214 голів у 2009 році до 204 голів у 2011 році. Збільшення витрат на виробництво призвело до значного підвищення собівартості 1 ц молока. За аналізовані роки вона зросла з 111,5 грн. до 145,2 грн., або на 30,2%.

Також збільшилася сума витрат, понесених на утримання однієї корови з 3424,7 грн. на 1 корову в 2009 році до 5553,9 грн. у 2011р.

Економічна ефективність молочного скотарства значною мірою залежить від цін реалізації молочної продукції, які визначають рівень відшкодування середніх витрат виробництва і формують відповідні умови розширеного відтворення в галузі. Підтвердженням цього є той факт, що протягом 2009-2011 років, реалізаційні ціни покривали витрати, виробництво молока було рентабельним.

Отже, аналіз економічної ефективності виробництва молока в приватному

сільськогосподарському підприємстві „Нива” Кіровоградської області дає можливість зробити **висновок**, що основний шлях підвищення ефективності виробництва молока в нинішніх складних умовах має ґрунтуватися на підвищенні продуктивності корів, оптимізації виробничих витрат і зміцненні кормової бази.

Список використаних джерел:

1. Азізов С.П. Організація аграрного виробництва і бізнесу: підр. [для студ. вищ.навч. закл.] / С.П. Азізов, П.К. Канінський. – К.: Фенікс, 2006. – 790 с.
2. Березівський П.С. Ефективність виробництва і формування ринку продуктів скотарства у Карпатському регіоні / П.С. Березівський. – Л.: Українські технології, 1998. – 225 с.
3. Саблук П.Т. Ціна – інструмент управління / П.Т. Саблук // Економіка АПК. –1996. – № 4. – С. 6.
4. Сергеев С.С. О показателях рентабельности производства в сельскохозяйственных предприятиях / С.С. Сергеев // Актуальные проблемы сельскохозяйственной статистики. – М., 1972. – Ч. 1. – С. 156–172.
5. Шиян В.И. Некоторые методологические и методические вопросы определения обобщающего показателя эффективности сельскохозяйственного производства / В.И. Шиян // Научная организация производства, труда и управления на сельскохозяйственных предприятиях: труды ХСХИ. – Т. 226. – С. 13–20.

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДЖЕРЕЛА ЇХ ФОРМУВАННЯ

**І.В. ЗАГОРУЙКО, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

Трансформаційні процеси в аграрному секторі економіки передусім позначилися на механізмі забезпечення фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств.

Для здійснення господарської діяльності використовують різні види ресурсів: матеріальні, трудові, фінансові тощо. При цьому матеріальні ресурси є основою виробничого процесу. Вони формуються, як правило, за рахунок власних, позичених та залучених джерел. При цьому власні джерела фінансування підприємства формуються за рахунок власного капіталу, позичені в основному за рахунок довгострокових та короткострокових кредитів банку, комерційного кредиту, а залучені – за рахунок усіх видів кредиторської заборгованості.

Вважаємо, що для сільськогосподарських підприємств фінансові ресурси доцільно класифікувати ще за додатковими ознаками. За джерелами формування фінансові ресурси доцільно поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх віднести всі ті фінансові ресурси які знаходяться на підприємстві (готівка у касі, готова продукція на складі тощо) і якими є можливість у будь-який момент розпоряджатися і на які можна вільно впливати. До зовнішніх віднести ті фінансові ресурси, що знаходяться поза межами підприємства й вплив на які частково обмежений (грошові кошти та депозити у банках та інших фінансових інституціях, поточні фінансові інвестиції, поточна дебіторська заборгованість тощо).

При забезпеченні фінансовими ресурсами важливого значення набуває їх групування за рівнем варіювання розміру: на постійні та змінні. Не слід плутати й порівнювати постійні й змінні фінансові ресурси з розподілом капіталу за К.Марксом на постійний та змінний.

Такі фінансові ресурси, які протягом певного періоду часу не змінюються за обсягом використання в обороті, ми вважаємо постійними. Відповідно змінними ми вважаємо фінансові ресурси, обсяг яких коливається залежно від циклічних змін кон'юнктури ринку, сезонних потреб виробництва, реалізації виробленої продукції.

За принципом організації фінансові ресурси доцільно поділити на нормовані та ненормовані. До нормованих слід віднести усі грошові засоби у вигляді залишків у касі на підприємстві та на рахунках банку. До ненормованих можна віднести ті фінансові ресурси,

які неможливо точно спрогнозувати, коли саме й у якій кількості надійдуть грошові засоби. Сюди можна зарахувати поточну дебіторську заборгованість, поточні фінансові інвестиції.

В нових соціально-економічних умовах, коли підприємства змушені самотійно забезпечувати фінансовими ресурсами свою діяльність, точка зору окремих дослідників на фінансові ресурси підприємства почала поглиблюватися та змінюватися. Проявляється їх ототожнення з усіма активами підприємства. І тут варто зосередити увагу на важливій функціональній ознаці фінансових ресурсів підприємства – здатності погашати свої зобов'язання перед працівниками, господарюючими суб'єктами, державою, банками тощо.

Таким чином, те головне, що стосується визначення сутності фінансових ресурсів підприємства зосереджено у наступному: фінансові ресурси є активом підприємства в різних його формах, що призначений для виконання поточних фінансових зобов'язань та забезпечення господарської діяльності підприємства. Таким чином, характерною особливістю фінансових ресурсів як активу є те, що вони повинні мати кращу спроможність, ніж інші види ресурсів, забезпечувати зберігання вкладеної в актив вартості. Крім того, розмір додаткових витрат на їх зберігання є значно нижчим ніж на зберігання інших активів.

Нині можна констатувати про завершення етапу зміни форми власності господарюючими суб'єктами. Процеси приватизації зумовили створення нових організаційно-правових форм підприємств і потребу виникнення та застосування понять і термінів, що характеризували б їх право власності. У переважній більшості джерелом формування фондів є державні відрахування, і лише після цього вони поповнюються за рахунок власних джерел підприємств, а капітал формується за рахунок вкладень приватних власників.

Суттєво впливає на забезпеченість фінансовими ресурсами підприємства куди вкладені та в якій господарській діяльності використовуються фінансові ресурси. Так, фінансові ресурси можуть бути вкладені у фінансові інструменти та реальні об'єкти. За видами господарської діяльності фінансові ресурси можуть використовуватися в операційній, інвестиційній та фінансовій діяльності. За характером використання фінансові ресурси можна розподілити на уречевлені, грошові та майнові права. За характером участі у господарському процесі фінансові ресурси можуть бути активні, до них варто віднести ті які беруть безпосередню участь у виробничій діяльності та пасивні, ті що використовуються для нагромадження, створення запасів, резервів.

Висновки. Враховуючи нові умови господарювання сільськогосподарських підприємств та з огляду на важливість вказаних ознак, для їх забезпечення фінансовими ресурсами, нами було удосконалено існуючі класифікації. Для сільськогосподарських підприємств доцільно класифікувати фінансові ресурси крім запропонованих у науковій літературі ще й за такими ознаками: рівнем варіювання обсягів надходження, залежно від методів планування, формами використання, залежно від ризику вкладених фінансових ресурсів, формою впливу, рівнем впливу, формою створення, характером участі у господарському процесі, методом акумуляції, цільовим призначенням, стадією руху.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**К.Ю. ЗАДОРЖНА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. МАТРОС О.М.**

Питання оплати праці є найгострішими в період ринкових трансформацій. Актуальність досліджуваної теми зумовлена тим, що якісний підбір та створення належних умов праці персоналу, їх соціальна захищеність – важлива складова успіху діяльності будь-якого підприємства, установи чи організації. Причому, слід мати на увазі, що система бухгалтерського обліку і аналіз розрахунків з оплати праці відіграє в цьому питанні не останню роль. Створення ефективної системи і методики ведення обліку розрахунків з оплати праці є основним завданням головного бухгалтера на кожному підприємстві.

Заробітна плата – це одна з найскладніших економічних категорій і одне з найважливіших соціально-економічних явищ. Оскільки вона, з одного боку, є основним джерелом доходів найманих працівників, основою матеріального добробуту членів їхніх сімей, а з іншого боку, для роботодавців є суттєвою часткою витрат виробництва і ефективним засобом мотивації працівників до досягнення цілей підприємства, то питання організації заробітної плати і формування її рівня разом з питаннями забезпечення зайнятості складають основу соціально-трудова відносин у суспільстві, бо включають інтереси всіх учасників трудового процесу.

Облік оплати праці і розрахунків з працівниками – одна з найбільш трудомістких і відповідальних ділянок бухгалтерського обліку. Для правильної організації обліку праці і заробітної плати важливе значення має класифікація персоналу за сферами застосування праці, професіями, кваліфікацією, стажем роботи та іншими ознаками.

Оплату праці аналізують у двох напрямках:

- 1) аналіз фонду оплати праці як елемента витрат на виробництво на підставі спеціальної статистичної форми;
- 2) аналіз оплати праці за окремими статтями калькуляції, насамперед за самостійною статтею – заробітна плата виробничих працівників.

Досить важливою проблемою на сьогодні є проблема оцінки розміру мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму. До першочергових завдань владних структур належить державне регулювання всієї системи організації оплати праці, основою якої повинен бути прожитковий мінімум, оскільки підвищення мінімального розміру оплати праці сприяє стимулюванню її зростання. Прожитковий мінімум заробітної плати повинен забезпечити відтворення робочої сили в умовах нових механізмів ціноутворення. Важливе значення має принцип встановлення розміру мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму, як соціального гаранту суспільства.

Важливе значення має чітка організація обліково-аналітичної роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною і трудомісткою. Крім того, на деяких підприємствах наявні неофіційні позаоблікові нарахування й виплати заробітної плати працівникам без сплати встановлених законодавством податків і платежів, так звана заробітна плата "у конвертах". На це слід звернути увагу, і цей момент також потребує вдосконалення існуючих підходів бухгалтерського обліку.

Розрахунки з оплати праці завжди були одним з найважливіших об'єктів бухгалтерського обліку, це пояснюється соціальною значущістю заробітної плати, складністю законодавчого механізму регулювання оплати праці в країні, комплексною перебудовою організації заробітної плати в сучасних умовах господарювання. Реалізація завдань реформування системи бухгалтерського обліку та сучасні ринкові зміни діючої системи організації оплати праці потребують докорінних змін методології обліку розрахунків з оплати праці на підприємстві.

Одним з важливих питань реформування бухгалтерського обліку заробітної плати є вдосконалення діючої моделі аналітичного обліку.

Дані аналітичного обліку відіграють важливу роль, характеризуючи розміщення та склад персоналу за місцями його використання, відпрацьований і невідпрацьований час, обсяг продукції, виконання норм продажів, фонд заробітної плати і його структуру, динаміку заробітної плати за категоріями персоналу, місцями виникнення витрат.

Для вдосконалення обліку оплати праці потрібно забезпечити підприємства комп'ютерним веденням обліку. Це дасть змогу швидко і якісно дати аналіз витратам, визначити розрахункові операції, швидко і надійно визначити всі статті витрат. Дасть можливість збору і надання достовірної інформації для задоволення потреб зовнішнім і внутрішнім користувачам.

Подальше реформування заробітної плати має здійснюватися шляхом підвищення ціни робочої сили, встановлення єдиних регуляторів і рівноцінних умов відтворення робочої сили незалежно від форм власності; збільшення тарифної частини у заробітній платі; підвищення частки мінімальної заробітної плати у середній заробітній платі, удосконалення механізму

державного регулювання заробітної плати. Удосконалення організації заробітної плати має здійснюватися разом із проведенням загальної соціально-економічної, структурної, податкової, цінової політики.

Отже, без організованого обліку неможлива ефективна господарська діяльність підприємства. Від організації обліку оплати праці залежить якість, правдивість, справедливість, повнота і своєчасність розрахунків з персоналом з оплати праці.

МЕХАНІЗМ ФОРМУАННЯ ВНУТРІШНІХ ВЛАСНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

**С.О. ЗАКЕРНИЧНА, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ГВОЗДЄЙ Н.І.**

Необхідною умовою успішного функціонування господарюючих суб'єктів в умовах ринкової економіки є забезпечення самоокупності витрат своїми доходами, прибутковості та самофінансування. Реальну економічну самостійність підприємствам забезпечує наявність власних фінансових ресурсів. Вони є джерелом поповнення власного капіталу і служать для подальшого розвитку підприємства.

Реформування економічної системи України зумовлює необхідність підвищення ролі фінансового управління як найважливішого елемента загальної системи управління підприємством. У зв'язку з цим постає необхідність перегляду підходів до формування та використання фінансових ресурсів підприємств.

Утім порушення загального процесу відтворення фінансових ресурсів з України внаслідок кризових явищ значною мірою ускладнило перебудову підприємствами системи управління своїми фінансовими ресурсами. Крім того, негативно впливає на ефективність управління фінансовими ресурсами підприємств постійна зміна законодавчої бази в сфері оподаткування. Вказані причини породжують там негативні наслідки, як спад ділової активності підприємств, тінізація економіки, відтік національних капіталів за кордон, що в цілому призводить до скорочення фінансових ресурсів вітчизняних підприємств. Тому вдосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства набуває особливого значення, є однією з першочергових завдань перехідного періоду, яка вимагає невідкладного вирішення.

Питаннями оцінки формування та використання фінансових ресурсів займаються такі вітчизняні науковці, як І.Бланк, В.Савчук, А.Загородній, Г.Партин, М.Коробов та ін. Д.Д. Марченко, що досліджує ці процеси в умовах трансформаційної економіки. Незважаючи на значну кількість праць, присвячених управлінню фінансовими ресурсами підприємства, усе ж відчутною є проблема формування фінансових ресурсів підприємства.

Однією із важливих складових фінансової бази регіону є фінансові ресурси підприємницьких структур, які повинні бути направлені на ефективний розвиток та утримання його виробничої та соціальної інфраструктури. На сьогодні в українській економічній думці існує дуже багато визначень фінансових ресурсів підприємства.

Отже, фінансові ресурси підприємства – це система грошових фондів, які забезпечують процес виробництва та відтворення у рамках даного підприємства та сукупність форм і методів їх витрачання. Вони, як завжди виступають у формах основних і оборотних фондів (капіталу) та прибутку.

Фінансові відносини підприємств виникають тоді, коли на грошовій основі відбувається формування власних ресурсів підприємства, його прибутків, залучення позичкових джерел фінансування господарської діяльності, розподіл прибутків, що утворюються в результаті цієї діяльності, їхнє використання на цілі розвитку підприємства.

Основними складовими фінансових ресурсів підприємства є власні (статутний фонд, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток) і залучені кошти (пайові та інші внески, кошти, мобілізовані на фінансовому ринку).

На фінансовому ринку значні фінансові ресурси підприємства можна мобілізувати. Формами їх мобілізації є: продаж акцій, облігації та інших видів цінних паперів, які випускаються даними підприємства, а також кредитні інвестиції.

Залежно від джерел формування, власні фінансові ресурси можна поділити на внутрішні та зовнішні власні фінансові ресурси. До внутрішніх власних фінансових ресурсів належать утворенні в процесі фінансово-господарської діяльності внутрішні джерела коштів, які після покриття витрат і оплати обов'язкових платежів залишаються у власності підприємства і використовуються для його подальшого розвитку. Зовнішні власні фінансові ресурси підприємств – це кошти, що надходять з бюджету, цільових і централізованих фондів на безповоротній основі.

Для стабільної діяльності підприємства велике значення має формування в максимальних обсягах внутрішніх власних фінансових ресурсів. Ці ресурси формуються за рахунок чистого прибутку підприємства, амортизаційних відрахувань на відновлення вартості, виторгу від реалізації власного майна підприємства, дооцінки вартості товарних запасів та інших джерел.

Найвагомішим джерелом утворення власних фінансових ресурсів підприємства є чистий прибуток. Прибуток синтезує в собі повне функціонування підприємства, характеризує ефективність його господарської діяльності.

Обсяг власних фінансових ресурсів вважається достатнім, якщо від дає змогу зберегти або покращити структуру капіталу підприємства. При погіршенні фінансової стійкості підприємства повинно шукати нові джерела формування власних фінансових ресурсів. Управління формуванням власних фінансових ресурсів передбачає пошук та мобілізацію найбільш дешевих джерел поповнення власного капіталу.

Можна виокремити наступні проблеми формування та використання фінансових ресурсів у підприємствах: недостатня кількість коштів, особливо у сільськогосподарських підприємствах для формування власного капіталу; залучення правовими та не правовими методами великої кількості позичкового капіталу, внаслідок чого катастрофічно падає коефіцієнт ліквідності підприємства.

Для розв'язання даних проблем формування та використання фінансових ресурсів підприємств потрібна виважена, довгострокова політика держави, яка б спиралася на інтереси основних суб'єктів підприємницької діяльності, відповідала потребам основної частини населення і відображала реальний стан у розв'язанні соціально – економічних проблем у країні.

Ефективне формування та використання ресурсів підприємства викликає потребу оцінки ефективності формування і використання ресурсів і важливо оцінити терміни та обсяги вкладених фінансових ресурсів отриманого прибутку.

Достатній розмір фінансових ресурсів забезпечує: фінансову стійкість, платоспроможність, стабілізацію обсягів виробництва, а також можливість його розширення, достатній рівень забезпечення організації матеріальними ресурсами, а, отже, здатність в процесі виробництва відшкодувати авансовані фінансові ресурси в обсягах, що не будуть поступатися використаним.

Усе вище назване дає підстави стверджувати, що формування фінансових ресурсів – складна справа, яка потребує від усіх служб та керівників підприємств здійснення складних і трудомістких розрахунків, прийняття управлінських рішень щодо здійснення перетворень та оптимізації діяльності підприємства.

Висновки. Отже, удосконалення формування власних фінансових ресурсів підприємства слід розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить поліпшення позиції підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток. Формування раціональної структури джерел фінансових ресурсів підприємницьких структур для фінансування необхідного обсягу затрат та забезпечення бажаного рівня доходів є одним із найважливіших завдань фінансів цих структур.

УПРАВЛІНЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

С.О. ЗАКЕРНИЧНА, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.

Сьогодні однією із важливих причин кризової ситуації на багатьох українських підприємствах є неправильне або недостатньо ефективне управління фінансовими ресурсами, так як фінансові ресурси є найважливішим чинником економічного зростання та розвитку підприємств.

Управління фінансовими ресурсами підприємства розглядається як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить функціонування та розвиток підприємства, а також його конкурентоспроможність на ринку.

Важливою складовою фінансової бази регіону є фінансові ресурси підприємницьких структур, які повинні бути направлені на ефективний розвиток та утримання його виробничої та соціальної інфраструктури.

Фінансові ресурси – це грошові кошти, які є у розпорядженні підприємства, організації установи. Виходячи із цього визначення можна констатувати, що до фінансових ресурсів належать усі грошові фонди, а також та частина грошових коштів яка використовується у не фондовій формі.

Іншими словами, фінансові ресурси – це система грошових фондів, які забезпечують процес виробництва та відтворення у рамках даного підприємства та сукупність форм і методів їх витрачання. Вони, як звичайно, виступають у формах основних і оборотних фондів (капіталу) та прибутку.

При створенні фінансових ресурсів найчастіше використовують такі типи стратегій:

- використання власних коштів для розширення своєї ринкової бази;
- об'єднання фінансових ресурсів підприємств для реалізації певних проектів на ринках;
- залучення всіх можливих джерел фінансування для формування та реалізації інноваційних програм підприємств;
- залучення донорських коштів великих фірм;
- перехресне фінансування.

Успішну діяльність підприємства часто пов'язують з ефективним управлінням фінансовими ресурсами.

Дане управління може бути спрямоване на досягнення таких цілей:

- створення конкурентоспроможної бази підприємства;
- лідерство серед конкурентних фірм;
- уникнення банкрутства;
- зростання обсягів виробництва та реалізації;
- збільшення прибутку;
- збільшення ринкової вартості фірми.

Вибір підприємством тієї чи іншої цілі залежить від галузі в якій працює, від становища на ринку.

Фінансові ресурси значною мірою характеризують фінансовий потенціал, а саме можливості підприємства у здійсненні витрат з метою отримання доходу. Фінансові ресурси в комплексі з трудовими та матеріальними становлять важливий склад ресурсної забезпеченості підприємств.

Не всі фінансові ресурси підприємства відображаються у бухгалтерському балансі: в ньому показується тільки нерозподілена частина прибутку, тоді як реальним ресурсом є загальна величина чистого прибутку. Саме тому суму дивідендів виплати потрібно відображати як вкладення фінансових ресурсів.

Практичне використання методики визначення приросту фінансових ресурсів підприємства пов'язано з оцінкою результативності управління фінансовими ресурсами у поточному році.

Система управління фінансовими ресурсами складається з таких основних етапів:

- визначення проблеми;
- звернення до досвіду менеджерів з приводу управління фінансовими ресурсами;
- визначення альтернативних рішень;
- прийняття управлінського рішення;
- оцінка результатів реалізації рішень.

Управління фінансовими ресурсами є циклічним процесом і тому потребує постійного вдосконалення для покращення результатів.

На першому етапі системи управління фінансовими ресурсами менеджерами підприємства визначаються проблеми та нереалізовані можливості, які здійснюються на основі оцінки попередніх рішень.

На другому етапі менеджери аналізують виникнення подібних проблем та використовують здобутий досвід в теперішніх можливостях.

На третьому етапі головним є дослідження та розгляд різних можливих варіантів, вибір одного який забезпечить максимальний ефект.

Четвертий та п'ятий етапи щільно між собою взаємодіють. На четвертому етапі менеджер повинен проаналізувати можливі наслідки альтернативних рішень, варіантів та обрати такий, який найбільше відповідає цілям підприємства.

На п'ятому етапі здійснюється реалізація прийнятих рішень. Найкращим механізмом якого є ретельне планування дій, навчання персоналу.

На шостому етапі здійснюється оцінка результатів реалізації рішення. Цей процес передбачає опитування працівників, процес перевірок, контроль за виконанням поставлених завдань, оцінка задоволення співробітників, покупців, постачальників. Оцінка результатів реалізації рішення є безперервним процесом.

Основним напрямком управління фінансовими ресурсами підприємства є оптимізація використання ресурсів підприємства. Оптимальний варіант формування та використання фінансових ресурсів базується на застосуванні системно – аналітичного підходу до управління фінансами. В основі цього підходу лежить доцільність управлінського рішення, яке визначається ситуацією, яка формується під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Висновки. Отже, від ефективної організації та правильного управління фінансовими ресурсами підприємства залежить як його фінансово-економічний стан, так і стан на ринку в сучасних конкурентних умовах.

Удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємств варто розглядати як фактор підвищення будь-якої виробничо-господарської діяльності.

Система управління фінансовими ресурсами являє собою сукупність форм і методів на основі яких здійснюється управління грошовим оборотом та фінансовими ресурсами. Дана система буде вважатися ефективною лише тоді, коли вона дає змогу не лише раціонально використовувати наявні ресурси, а й забезпечити системний пошук можливостей подальшого розвитку підприємства.

При управлінні фінансовими ресурсами підприємства необхідним є застосування системного підходу, що підпорядкований загальній меті розвитку підприємства та визначає доцільність управлінського рішення залежно від ситуації, яка виникає під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

**С.П. ІВАНОВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БЕЧКО В.П.**

Основні засоби є найважливішою частиною національного багатства суспільства і мають вирішальне значення в економіці будь-якої країни. Проблема удосконалення

структури і підвищення ефективності використання основних засобів і виробничих потужностей займає центральне місце в ринковій економіці України. Від вирішення цієї проблеми залежить місце підприємства в промисловому виробництві, його фінансовий стан, конкурентоздатність на ринку.

Основні засоби – це основа виробництва на будь-якому промисловому підприємстві: основні засоби приймають безпосередню участь в процесі перетворення предметів праці в готову продукцію, слугують для створення нормальних умов здійснення виробничого процесу а також зберігання та переміщення товарно-матеріальних цінностей.

Також вчені визначають основні засоби як матеріальні активи, які утримуються підприємством для використання у виробництві або постачанні товарів та надання послуг, для здавання в оренду іншим особам або для адміністративних цілей; будуть використовуватися, протягом одного періоду; функціонують у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері, а також капітальні вкладення в об'єкти, що належать до основних засобів.

Серед основних виробничих засобів виділяють активну та пасивну їх частини. Перша безпосередньо впливає на продукт, визначає масштаби його виробництва та рівень продуктивності праці. До цієї частини основних виробничих засобів відносять машини та устаткування, інструмент.

До пасивної частини основних виробничих засобів належать ті, які створюють необхідні умови для процесу праці. Це будівлі, споруди, передавальні пристрої тощо.

Оскільки без основних засобів діяльність підприємства неможлива, то важливим аспектом виступає їх оновлення та відтворення. Відтворення основних засобів – це процес безперервного їх відновлення. В залежності від результатів процесу відтворення розрізняють просте і розширене відтворення основних засобів.

Просте – оновлення основних засобів здійснюється в такому ж обсязі, тобто відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів, або заміна обладнання в цілому, поновлюється попередня виробнича потужність.

Розширене – в кожному наступному циклі здійснюється кількісне та якісне збільшення діючих та створення нових основних засобів при умові більш високого рівня розвитку продуктивних сил.

Розглядаючи відтворення основних засобів, необхідно враховувати багатоаспектність поняття «Капітал», який визначається різноманітністю сторін цієї економічної категорії, найважливіші з якої визначені основоположниками класичної економічної теорії: «капітал – це фактор виробництва і самозростаюча вартість або вартість, здатна приносити дохід його власникові».

Однак виділяючи особливості капіталу як економічної категорії, можна виділити його двоєдину природу: фізичну, якщо капітал матеріалізований в речовій формі засобів виробництва, і вартісну, якщо він формується як вартість всіх ресурсів підприємства.

Істотним напрямом підвищення ефективного використання основних засобів є вдосконалення їх структури. Важливо підвищувати їх частку в загальній вартості основних засобів. Збільшення основних засобів допоміжного виробництва веде до зростання капіталомісткості продукції, оскільки безпосереднього збільшення випуску продукції при цьому не відбувається. Але без пропорційного розвитку допоміжного виробництва основні цехи не можуть функціонувати з повною віддачею. Тому пошук оптимальної виробничої структури основних засобів на підприємстві – найважливіший напрям поліпшення їх використання.

Вплив структури основних виробничих засобів на капіталовіддачу обумовлений тим, що різні категорії основних виробничих засобів неоднаково активно беруть участь у виробничому процесі. Зіставлення темпів зростання капіталовіддачі на 1 гривню вартості основних засобів, у тому числі машин та устаткування, дасть змогу виявити вплив змін у структурі основних засобів на ефективність їх використання.

Розбалансованість елементів організаційно-економічного механізму, макроекономічних регуляторів (ціни, дотації, трансферти, податки, кредит, бюджетні

інвестиції), недосконалість методів організаційного, економічного впливу та стимулювання кругообігу капіталу не дозволяють промисловим підприємствам злагоджено функціонувати, знижують можливість компенсації витрат і простого відтворення засобів виробництва та інших ресурсів. Виконуючи рамкову функцію, макроекономічні регулятори кількісно обмежують розмір інвестиційних ресурсів, що спрямовуються державою в конкретні сфери для виконання цільової функції накопичення та оновлення основних засобів.

Одним з найважливіших завдань економічної політики підприємства має стати відновлення відтворювальної функції амортизації. До 2010 р. за рахунок коштів нарахованої амортизації було забезпечено відтворення вибулих основних засобів у середньому трохи більше ніж на третину (37,8%). Виявлено, що промислові підприємства, в яких амортизаційні відрахування склали менше 10% від вартості вибулих основних засобів і капіталоозброєність яких нижче 2,5 тис. грн., перевищили критичний рубіж безпеки і незалежності.

Висновки. Отже, підвищення осначеності господарства основними засобами до економічно обґрунтованого рівня, удосконалення їх видового складу і структури дозволять обновляти і модернізувати матеріально-технічну базу, підприємств із використанням досягнень науково-технічного прогресу, прискорити вирішення важливих завдань щодо подальшої інтенсифікації виробництва, впровадження у галузях економіки прогресивних технологій, сприятимуть підвищенню ефективності їх використання, росту продуктивності праці тощо.

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

**Т.О. КАІБОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: ГАЙДАЙ В.І.**

З метою забезпечення пенсійного страхування в Україні створено самостійну державну установу, яка має статус державного цільового позабюджетного фонду – Пенсійний фонд України (ПФУ). Діяльність фонду має важливе значення, оскільки в нашій країні нараховується більше 14 млн пенсіонерів та понад 1,3 млн осіб, що одержують допомогу для дітей.

Згідно з Положенням про Пенсійний фонд України, затвердженим Указом Президента України від 1 березня 2001 року № 121/2001, бюджет Пенсійного фонду України формується за рахунок таких надходжень:

1. частина єдиного соціального внеску, що сплачуються підприємствами, установами, організаціями та фізичними особами у порядку, визначеному законодавством;
2. коштів Державного бюджету України;
3. добровільних внесків і пожертвувань підприємств, установ, організацій та громадян;
4. сум пені, фінансових санкцій, штрафів, передбачених за порушення порядку сплати збору на обов'язкове державне пенсійне страхування;
5. банківських кредитів;
6. інших, не заборонених законодавством надходжень.

Основним джерелом доходів Пенсійного фонду України є єдиний соціальний внесок, що сплачується підприємствами, установами, організаціями та фізичними особами у порядку, визначеному законодавством.

До Пенсійного фонду України зараховуються:

- кошти Державного бюджету України у формі трансфертних платежів для виплати державних пенсій військовослужбовцям, особам начальницького і рядового складу органів внутрішніх справ, державним службовцям, надбавок до пенсій та їх підвищень окремим категоріям громадян – ветеранам війни, жителям гірських населених пунктів;
- кошти Фонду для здійснення заходів щодо ліквідації наслідків Чорнобильської

катастрофи та соціального захисту населення для виплати пенсій з інвалідності, на випадок втрати годувальника, за віком (до досягнення загальнозстановленого пенсійного віку), додаткових пенсій і надбавок до пенсій, які призначаються відповідно до Закону України «Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи»;

–кошти Фонду загальнообов'язкового соціального страхування на випадок безробіття – для виплати пенсій, призначених відповідно до Закону України «Про зайнятість населення» за період до настання пенсійного віку.

Одним із джерел надходження коштів до Пенсійного фонду України є частка сплачених до бюджету загальнодержавних податків.

З метою забезпечення погашення заборгованості з виплати пенсій, збільшення надходжень до Пенсійного фонду Указом Президента «Про невідкладні заходи щодо погашення заборгованості з виплати пенсій» введено збір на обов'язкове державне пенсійне страхування з окремих видів господарських операцій.

З 1 січня 2004 р. в Україні пенсійні збори здійснюються у таких випадках:

- при здійсненні операцій з купівлі валюти;
- при торгівлі ювелірними виробами із золота (крім обручок), платини, дорогоцінного каміння;
- при відчуженні легкових автомобілів;
- при придбанні нерухомості;
- при наданні послуг стільникового зв'язку.

Підсумки роботи органів Пенсійного фонду України по виконанню Національного плану дій на 2012 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010 – 2014 роки “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава” розглянуто 31 січня ц.р. на нараді у Пенсійному фонді України.

Забезпечено адміністрування єдиного внеску на загальнодержавне соціальне страхування з позитивною динамікою. До бюджетів фондів соціального страхування надійшло коштів на загальну суму 178,8 млрд. грн., що на 27 млрд. більше, ніж у 2011 році.

До бюджету Фонду з усіх джерел фінансування протягом 2012 року надійшло 222,7 млрд. грн. З них власні надходження становили 158,0 млрд. грн., що на 19 млрд., або на 13,6%, більше, ніж у 2011 році.

Висновки. Протягом 2012 року Пенсійним фондом своєчасно та в повному обсязі забезпечено щомісячне фінансування пенсійних виплат та грошової допомоги 13,6 млн. пенсіонерів. Загальна сума видатків на пенсійні виплати зросла порівняно з 2011 роком на 23,0 млрд. грн. У результаті перерахунків у зв'язку із зростанням прожиткового мінімуму для непрацездатних осіб та згідно із нормативно-правовими актами, прийнятими на виконання соціальних ініціатив Президента України, середній розмір пенсії збільшився з 1253,28 грн. станом на 01.01.2012 до 1470,73 грн. станом на 01.01.2013.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА РЕЗУЛЬТАТИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК

**Т.О. КАКАРУК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

Ефективний розвиток харчової та переробної промисловості належать до основних пріоритетів агропромислової політики України. Підприємства переробної галузі АПК є відкритими системами, на які впливають багато факторів зовнішнього середовища. Сьогоднішнє бізнес-середовище є дуже динамічним та постійно ускладнюється, що призводить до збільшення числа факторів впливу та швидкої зміни ситуації на ринку.

Сільське господарство (особливо у південному регіоні України) можна віднести до ризикової сфери ведення бізнесу за рахунок того, що тут мають значний вплив природно-

екологічні фактори. Суттєвим є також державне регулювання у цій сфері. Коливання обсягів виробництв сільськогосподарської продукції впливає на сукупну собівартість продукції переробних підприємств, що в умовах жорсткої конкуренції може призвести до негативних наслідків – зменшення обсягів продажу, зниження прибутку, втрати частки ринку. З метою аналізу доцільно розділити всі фактори зовнішнього впливу на переробні підприємства АПК на дві групи: фактори макrorівня (загальноекономічна та політична ситуація в країні) та фактори оперативного зовнішнього середовища (ринкові та галузеві фактори).

До факторів макrorівня можна віднести:

- стабільність політичної ситуації в країні в цілому та регіонах;
- макроекономічні показники (ВВП, рівень інфляції та безробіття, торговий баланс, зовнішній борг країни; рівень кредитоспроможності; можливості реструктуризації боргу або дефолт);

- доступ до банківського фінансування;

- доступність короткострокових позик;

- доступ до ринку капіталу;

- форфейтинг.

До факторів оперативного середовища можна віднести:

- соціально-демографічні показники;

- адміністративно-законодавчі акти;

- стан та кон'юнктура ринку (споживачі, постачальники, конкуренти, нецінові фактори впливу на попит та пропозицію);

- галузеві чинники (тип та рівень конкуренції, наявність монополістів та галузевих об'єднань, горизонтальні та вертикальні зв'язки у галузі);

- екологічні та природно-кліматичні фактори (мають особливе значення для переробних підприємств АПК);

- техніко-технологічні фактори (складність технологій та їх відповідність світовому рівню, капіталомісткість та наукомісткість продукції, рівень інновацій);

- фінансові фактори (середньогалузевий рівень рентабельності, фондвіддача, середня віддача на вкладений капітал, оборотність активів, їх середня ліквідність, типовий порядок розподілу і використання прибутку);

- інформаційні фактори (доступність та достовірність комерційної інформації, ступінь розробки статистичних даних).

Сучасній економічній науці відомо багато методів аналізу зовнішнього середовища, серед яких SWOT-аналіз зовнішнього середовища, прогностичні методи, сценарний аналіз, експертні методи, концепція рушійних сил галузі, матриця МакКінзі, модель п'яти сил конкуренції по Портеру, побудова конкурентного профілю, бенчмаркінг та ін. Однак, більшості цих методів притаманні суттєві недоліки, такі як: статичність моделі; суб'єктивізм при оцінці впливу факторів; неможливість ранжирування факторів; обмеженість числа врахованих зовнішніх факторів; неможливість оцінити наслідки впливу факторів.

Розвиток ринкових процесів в Україні зумовлює переорієнтацію методів управління переробних підприємствам (менеджменту) з її забезпечення поточного результату в площину довгострокового забезпечення конкурентних переваг, формування яких є гарантом тривалого ефективного функціонування суб'єкта господарювання і залежить, звісно, від якості реалізації його потенціалу. Резерви збільшення економічної ефективності виробництва представляють собою невикористані можливості (наявні та приховані) збільшення економічного ефекту в розрахунку на одиницю сукупних витрат живої та уречевленої праці за рахунок забезпечення найбільш раціонального використання матеріальних, трудових, інформаційних та фінансових ресурсів.

Висновки. З огляду на вказані недоліки прогресивні методи аналізу та прогнозування зовнішнього середовища для переробних підприємств АПК повинні базуватися на наступних засадах:

- формування комплексної системи зовнішніх факторів, що впливають на діяльність підприємств галузі;

- постійний моніторинг та коригування комплексу зовнішніх факторів впливу;
- визначення коефіцієнтів вагомості та ранжирування факторів (за допомогою кваліметричних методів);
- максимальна формалізація (за допомогою економіко-математичних методів) оцінки впливу факторів на кінцеві економічні показники діяльності підприємств;
- створення системи важелів для регулювання впливу зовнішніх факторів на виробничо-комерційну діяльність підприємств.

СУТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**О.В. КОГУТ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЧЕРНЕГА І.І.**

За умови ускладнення системи трудових відносин, а також підвищення інтелектуального рівня розвитку персоналу, як головного учасника цих відносин, проблема ефективної мотивації праці набуває “переважаючого” значення над іншими проблемами і завданнями, які виникають в процесі управління сучасною організацією чи підприємством. Всезростаюча роль мотивації як пріоритетної функції менеджменту зумовлена, перш за все, підвищенням ролі людського фактора виробництва.

Проблема мотивації працівника залишається гострою в світлі необхідності постійного підвищення результативності й ефективності праці, і як наслідок – підвищення конкурентоспроможності організації на ринку. Не новим є і твердження про те, що лише персонал може допомогти організації у вирішенні цих проблем на шляху до можливого її благополуччя. Для цього на підприємстві повинен бути сформований ефективний мотиваційний механізм, тобто система стимулів, які здатні сформувати у персоналу стійкі мотиви до праці в потрібний момент і в потрібному обсязі. Мотиваційний механізм управління працею є внутрішньою характеристикою всієї системи управління на підприємстві, що відповідає його здатності спонукати в тій чи іншій мірі до високопродуктивної і якісної роботи трудовий колектив. Але, на нашу думку, кожен працівник підприємства характеризується власними індивідуальними інтересами і очікуваннями, тому мотиваційний механізм може бути ефективним лише за умови індивідуального підходу до мотивації персоналу.

“Мотиваційний механізм являє собою механізм реалізації праці, тобто це комплексний цілісний інструментарій по перетворенню мотивації-потенції в мотивацію-реальність, в безпосередню дію” [1]. На нашу думку, мотиваційний механізм не можна вважати механізмом реалізації праці, він є механізмом формування і реалізації мотивів до праці як рушіїв, що спонукають персонал працювати. Мотиваційний механізм підприємства повинен сприяти подоланню відчуження персоналу від трудового процесу, а також його складових і насамперед результатів. Подолання відчуження позитивно вплине на рівень мотивації праці і як наслідок – на її результати. В такому випадку працівник вбачатиме в своїй роботі необхідність і значимість її результатів для організації в цілому, що змушуватиме до кращих результатів. Персонал повинен відчувати себе рівноправним учасником виробничого процесу разом з іншими складовими. Але, насамперед, мотиваційний механізм конкретно взятого підприємства формується в контексті розподілу власності працівників і керівництва, а також особливостей організації праці та виробничого процесу взагалі.

Мотиваційний механізм підприємства покликаний впливати на потреби й інтереси працівника, його поведінку в процесі виконання професійних обов’язків, сприяючи при цьому формуванню потрібного рівня трудової мотивації та розкриттю здібностей.

Мотиваційний механізм, на нашу думку, можна вважати одним із інструментаріїв системи управління персоналом, який направлений на реалізацію управлінських функцій, пов’язаних з управлінням через мотивацію. Він покликаний гармонійно поєднати існуючий набір стимулів, які є в його арсеналі з метою найбільш ефективного впливу на працівника.

Об'єктом безпосереднього впливу мотиваційного механізму, що функціонує в системі управління персоналом конкретно взятого підприємства є особовий склад працівників. Мотиваційний механізм кожного підприємства має свої особливості, але головними його складовими, на нашу думку, виступають: система оплати праці, система організації праці, структура управління, а також соціальні фактори (рис. 1.).



Рис. 1 Структура мотиваційного механізму підприємства

Головним завданням мотиваційного механізму є формування потрібного рівня мотивації праці. Дія мотиваційного механізму виражається через стимулювання працівників, шляхом впливу на мотиви поведінку останніх з допомогою його складових. Саме стимулювання здатне спонукати персонал до продуктивної праці. Стимулювання праці – це сукупність форм матеріального, морального і соціального впливу на інтереси працівника [1]. На нашу думку, стимулювання праці являє собою перш за все процес застосування форм матеріального, морального і соціального впливу на інтереси працівника з метою формування потрібного рівня мотивації до праці. Чим сильніший мотив, тим більшу “ціну” працівник готовий заплатити за те, щоб отримати певне благо, задовольнити потребу.

Серед мотивів до праці слід виділити мотиви змістовності праці – суспільна значимість і корисність, статусні мотиви – суспільне визнання діяльності, мотиви матеріальні, мотиви інтенсивності діяльності. Лише мотиваційний механізм, який враховуватиме всі ці мотиви, може принести позитивний результат. Дієвими стимулами до праці виступають лише ті предмети і дії, які на даний момент є найбільш цінними для людини і можуть найповніше задовольнити її потреби, очікування. Мотиви до праці виникають тоді, коли в суспільстві є певний набір благ, а для отримання їх людина повинна здійснити певні трудові дії, які

відповідають потребам й інтересам конкретного індивіда. Одним з головних стимулюючих факторів виступає заробітна плата, рівень якої має відповідати затраченим зусиллям і змінюватися пропорційно змінам цих зусиль в процесі виконання персоналом своїх обов'язків чи функцій. Вона має виступати так званим регулятором зусиль. Така постановка питання стосується перш за все найманих працівників, які не мають своєї частки у капіталі підприємства. При умові наявності такої частки стимулом виступає можливість її примноження. Працівник повинен, перш за все, усвідомлювати цілі власної діяльності, які будуть виступати мотивом підвищення ефективності праці [2].

В сучасних умовах механізм мотивації, який передбачає застосування насильницьких методів заохочення не є дієвим, не можна примусити працівника ефективно виконувати роботу, результат якої не його мета. Потрібно застосовувати стимули, що відображали цілі працівника, тоді він працюватиме охоче.

Отже, необхідність застосування стимулюючих факторів впливу на персонал в системі мотивації, залежить від його освітнього рівня і культурного розвитку, що характеризує силу внутрішніх мотивів до праці. Тобто працівник може бути сам зацікавлений у праці і застосування додаткових стимулів не є необхідним.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук В.С. Особливості формування мотивації праці в сільському господарстві / В.С. Ковальчук // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С. 98-103.
2. Чернега І.І. Основи формування та ефективного використання трудового потенціалу сільського господарства / І.І. Чернега // Колективна монографія кафедри економіки УДАУ / М-во аграр. політики, Уманський держ. аграр. ун-т. 2009. – С. 265–273.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА КРУП'ЯНИХ КУЛЬТУР В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ БЕРШАДСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**І.А. КОВАЛЬ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БУРЛЯЙ О.Л.**

Розвиток виробництва круп'яних культур має велике значення для формування збалансованого продовольчого ринку в Україні. Цепов'язано як з існуючими національними традиціями у культурі харчування, так із високими споживчими властивостями круп'яної продукції. В сучасних умовах ринок круп'яних культур виступає як об'єктивна необхідність, що дозволяє покращити забезпеченість країни зерном за рахунок власного виробництва, підвищити його ефективність.

Виробництво круп'яних культур супроводжується значними енерго- та матеріальними затратами. Це впливає на рівень виробничих витрат, собівартість продукції і, в кінцевому рахунку, на результуючі фінансові показники галузі, її економічну ефективність. При цьому економічна ефективність круп'яного виробництва визначається співставленням отриманого ефекту (прибутку або доходу) до витрат виробництва чи до всього капіталу.

Варто зазначити, що на прибутковість галузі впливає сукупність різноманітних чинників. Для їх оцінки потрібна система показників та критеріїв, що віддзеркалюють такий вплив. Використання вказаного методичного підходу дозволяє прогнозувати та планувати фінансові результати виробництва круп'яних культур, раціонально розміщувати їх посіви, здійснювати забезпечення попиту, планувати процеси переробки і реалізації готової продукції. Необхідно вказати, що визначення прибутковості галузі круп'яного виробництва ґрунтується на її оцінці на рівні окремих підприємств. Цепов'язано з можливостями або необхідністю страхових відшкодувань, пільгового кредитування, інноваційно-інвестиційного проектування виробництва, розвитку маркетингових стратегій формування ринку споживання круп'яної продукції.

Для збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення її економічної ефективності необхідно здійснювати фундаментальні і прикладні наукові дослідження, спрямовані на створення нової та вдосконалення існуючої техніки, поліпшення селекційної роботи щодо створення нових і поліпшення існуючих сортів та гібридів сільськогосподарських культур, розробку нових і вдосконалення існуючих технологічних процесів виробництва, переробки та зберігання сільськогосподарської продукції, вдосконалення всього господарського механізму.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В СФГ «ФОМЕНКА Є.В.» КІРОВОГРАДСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**С.М. КОВАЛЬОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент, КОРОТЄЄВ М.А.**

Соняшник – основна олійна культура в Україні. Насіння його районованих сортів і гібридів містить 50 – 52% олії, а селекційних – до 60%. Порівняно з іншими культурами, соняшник дає найбільший вихід олії з одиниці площі. На соняшникову олію припадає 98% загального виробництва в Україні та 10% світового. Україна посідає провідне місце у світі з виробництва насіння соняшнику, та виступає одним з головних його експортерів. Вирощування соняшнику – один з небагатьох прибуткових видів діяльності сільськогосподарських товаровиробників, тому в більшості підприємств необґрунтовано розширюють площі під даною культурою, її повертають на попереднє місце вирощування на третій-четвертий рік, замість рекомендованих семи-десяти. Це призводить до виснаження ґрунту, підвищення уражуваності рослин шкідниками та хворобами і, як наслідок, – зниження урожайності соняшнику.

Метою статті є аналіз досягнутого рівня ефективності виробництва насіння соняшнику в в СФГ «Фоменка Є.В.» Кіровоградського району Кіровоградської області та обґрунтування напрямів його підвищення.

Об'єктом дослідження є ефективність виробництва насіння соняшнику в СФГ «Фоменка Є.В.». Для виробництва сільськогосподарської продукції у 2012р. у підприємстві використовували 2056 га сільськогосподарських угідь, в тому числі 1945 га ріллі. Місцезнаходження на межі зон Лісостепу та Степу, сприятливі природно-кліматичні умови визначають виробничий напрям підприємства, що спеціалізується на виробництві зерна та насіння соняшнику.

Обсяги виробництва насіння соняшнику у підприємстві залежать від площі культури та її урожайності. Посівна площа соняшнику в СФГ «Фоменка Є.В.» дещо скоротилась – із 370 га у 2010 р. до 359 га у 2012 р., або на 3,0%. Урожайність насіння соняшнику у підприємстві впродовж періоду досліджень набула стійкої тенденції до зростання – її рівень підвищився із 12,0 ц/га до 17,0 ц/га, або на 41,7%. Відповідно зросли й обсяги валового збору насіння соняшнику із 4453 ц до 6119 ц, або на 37,4%.

На сьогодні насіння соняшнику є одним з найбільш привабливих видів продукції, що користується стабільно високим попитом, ціна на який постійно зростає. Для сільськогосподарських підприємств це одне із основних джерел формування їх доходності, що дозволяє забезпечити ефективну діяльність. Вирощування соняшнику є найбільш ефективною і прибутковою галуззю СФГ «Фоменка Є.В.» (табл. 1.).

Аналіз даних табл. 1 свідчить про те, що у СФГ «Фоменка Є.В.» зважаючи на інфляційні процеси і суттєве подорожчання вартості покупних засобів виробництва, що використовуються при вирощуванні соняшнику відбулось суттєве підвищення виробничих витрат на 1 га культури, які зросли із 1553,51 грн. у 2010 р. до 2700,00 грн. у 2012 р., або на 73,8%.

Це зумовило підвищення як виробничої так і повної собівартості 1 ц насіння соняшнику, що за досліджуваний період зросли відповідно на 22,7 та 20,9%. В той же час

ціна реалізації соняшнику підвищувалась повільнішими темпами – її рівень зріс із 296,12 грн. до 348,47грн., або на 17,7%. Як наслідок, розмір прибутку, одержаного від реалізації 1 ц насіння соняшнику за період 2010-2012 рр. збільшився із 166,80 грн. до 192,08 грн., або на 15,2%, а з розрахунку на 1 га культури – із 2455,13 грн. до 3295,26 грн., або на 34,2%. Рівень рентабельності насіння соняшнику, внаслідок випереджаючого зростання собівартості відносно ціни реалізації, дещо знизився – із 129,0% у 2010 р. до 122,8% у 2012 р., або на 6,2 пп.

1. Показники економічної ефективності виробництва насіння соняшнику у СФГ «Фоменка Є.В.» Кіровоградського району Кіровоградської області

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012р. у% до 2010р.
Урожайність, ц/га	12,0	14,6	17,0	141,7
Рівень товарності, %	122,3	36,6	100,7	-21,6
Виробничі витрати на 1 га, грн.	1553,51	1645,41	2700,00	173,8
Виробнича собівартість 1ц, грн	129,08	112,59	158,41	122,7
Повна собівартість 1ц, грн	129,32	109,76	156,39	120,9
Ціна реалізації 1ц, грн	296,12	304,45	348,47	117,7
Прибуток на 1ц, грн	166,80	194,69	192,08	115,2
Прибуток на 1га, грн	2455,13	1040,81	3295,26	134,2
Рівень рентабельності, %	129,0	177,4	122,8	-6,2

Таким чином, виробництво насіння соняшнику має винятково важливе значення для економічного розвитку СФГ «Фоменка Є.В.», оскільки маючи високий рівень прибутковості і ліквідності дана продукція справляє відчутний вплив на суму прибутку, рівень рентабельності, фінансовий стан підприємства, його платоспроможність і інші економічні показники. Однак, випереджаючий ріст цін на засоби виробництва в досліджуваному періоді обумовив суттєве підвищення собівартості насіння соняшнику, що негативно позначилось на рентабельності його виробництва. Досвід передових господарств свідчить, що заходами підвищення економічної ефективності виробництва соняшнику є інтенсифікація, сортооновлення, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій, реалізація за більш вигідними каналами збуту.

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕХАНІЗМУ СПРАВЛІННЯ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ

**М.Ю. КОДОЛА, студ. IV курсу, факультет економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

Нині в Україні одним із основних джерел доходів державної казни є акцизний податок (до 2011 року – акцизний збір). Реформування платежу було спричинене тим, що акцизний збір, який функціонував в Україні до 2011 року не виконував належним чином свої регулюючі завдання, про що свідчить засилля на вітчизняному ринку контрабандних підакцизних товарів та продукції, виготовленої підпільними цехами без здійснення контролю її якості та без сплати будь-яких податків. Крім того, зміни механізму акцизного оподаткування, викликані прийняттям окремих положень Податкового Кодексу України вимагають посилення уваги до проблем акцизного оподаткування.

Зокрема, Податковий Кодекс України дещо розширив коло платників акцизного податку, віднісши до них таких осіб:

- продавців конфіскованих підакцизних товарів;
- продавців підакцизних товарів, що визнані безхазяйними;
- осіб, що продають підакцизні товари, ввезені на митну територію України зі звільненням від оподаткування акцизним податком до закінчення терміну такого звільнення;

- осіб, що мають дотримуватись вимог митних режимів, які передбачають звільнення від оподаткування акцизним податком, у разі порушення ними таких вимог;
- осіб, на яких покладено обов'язки щодо цільового використання ними підакцизних товарів, на які встановлено ставку податку у розмірі 0%, у разі порушення ними умов цільового використання таких підакцизних товарів.

Крім того, Податковим Кодексом України з 2011 року збільшено перелік об'єктів оподаткування акцизним податком, насамперед за рахунок:

- операцій з реалізації конфіскованих підакцизних товарів;
- операцій з реалізації підакцизних товарів, що визнані безхазяйними;
- операцій з реалізації підакцизних товарів, ввезених на митну територію України зі звільненням від оподаткування акцизним податком до закінчення терміну такого звільнення.

Також Податковий Кодекс визначив, що базою оподаткування акцизним податком є вартість та обсяги втрачених підакцизних товарів у розмірах, що перевищують встановлені норми витрат, та крім того що у разі наднормативного витрачання спиртів різних видів, базою оподаткування є кількість (або вартість) підакцизних товарів, що їх можна було б виробити з обсягів спиртів різних категорій, що витрачені понад визначені законодавством нормативи.

До позитивних новацій Податкового Кодексу, що з одного боку дещо зменшили фіскальний потенціал акцизу, а з іншого сприяють подальшій нормалізації відносин з урядами та бізнесовими колами інших країн слід віднести розширення переліку операцій, звільнених від оподаткування за рахунок ввезення на Україну підакцизних товарів:

- для дипломатичних представництв та консульських установ іноземних держав;
- що використовуються як сировина для виробництва на території нашої країни інших підакцизних товарів;
- що надходять у вигляді міжнародної технічної допомоги, яка надається відповідно до міжнародних договорів.

Що ж до негативних, на нашу думку, нововведень в акцизному оподаткуванні, то до них слід віднести суттєве зростання ставок акцизу на нафтопродукти та алкогольні напої. В той же час, зростання ставок податку на нафтопродукти ще можна якось пояснити тим, що з 2011 року автовласники уже не сплачують податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, а натомість платять акцизний податок за кожний літр пального та мастил, куплених з метою заправки і обслуговування їх транспорту.

Не зважаючи на це, зростання ставок акцизного податку на алкогольні напої та паливно-мастильні матеріали, як показує досвід справляння акцизного збору, може спричинити скорочення обсягів легального виробництва цих видів підакцизних товарів та насичення вітчизняного ринку більш дешевою – контрабандною, нелегальною та фальсифікованою продукцією. При цьому, збільшення розмірів штрафних санкцій за незаконне виробництво і обіг підакцизних товарів, що відбулось з прийняттям Податкового Кодексу України, на нашу думку, не зможе ефективно вплинути на тіньовий ринок зазначеної продукції, адже, завдяки цьому він став приносити ще більші прибутки.

Поряд з цим, зростання ставок акцизного податку, підвищення рівня штрафів за порушення акцизного законодавства та посилення заходів державного контролю за виробництвом та обігом підакцизних товарів може змусити більшість із них розробляти нові й нові схеми податкової оптимізації, що зрештою не принесе жодного фіскального ефекту, та завдасть шкоди як здоров'ю так і транспортним засобам споживачів.

Підсумовуючи аналіз нововведень в акцизному оподаткуванні в нашій державі, варто відмітити, що навіть після прийняття Податкового Кодексу України, воно залишається далеким від досконалості, адже цей платіж нині має ще більший фіскальний потенціал, та, поряд з цим, за окремими позиціями його регулюючі властивості стали менш відчутними.

З цієї причини, на наше переконання, акцизне оподаткування в Україні потребує суттєвого вдосконалення, яке слід проводити шляхом унеможливлення тіньового обігу підакцизних товарів а також забезпечення виконання цим платежем не лише фіскальних завдань, але й регулюючих функцій.

Що ж до практичних шляхів вдосконалення механізму справляння акцизного податку, то ними, на нашу думку, можуть бути:

- мораторій на підвищення розмірів ставок цього платежу протягом тривалого періоду (3-5 років);
- запровадження більш захищених від підробок акцизних марок на алкогольні і тютюнові вироби;
- розширення прав та підвищення відповідальності працівників податкових та митних органів, задіяних у сфері контролю за виробництвом і обігом підакцизних товарів;
- розширення переліку підакцизних товарів за рахунок ювелірних виробів та інших предметів розкоші.

Підсумовуючи результати дослідження слід зазначити що реформування механізму акцизного оподаткування призведе до формування прозорого і стабільного правового поля діяльності платників цього платежу, сприятиме становленню справедливого конкурентного середовища та, одночасно, спричинить зростання обсягів надходжень державного бюджету, що буде наслідком розширення бази оподаткування.

ІНФОРМАЦІЯ, ЇЇ РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

**Ю.В. КОНОВАЛЕНКО, студ. ІV курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач ТЕЛИЧКАНЬ В.В.**

Вступ. В сучасному світі надзвичайно велику роль в суспільному житті відіграє інформація. Вона є основою при прийнятті рішень для здійснення будь-яких дій. Дослідження інформації є дуже актуальною темою вже протягом довгого часу. До винайдення комп'ютерів інформація досліджувалась лише як основа для діяльності в економіці та інших сферах. В нашу інформаційну епоху інформація є також товаром і засобом виробництва. Найважливішим наслідком впровадження інформаційних технологій є підвищення продуктивності праці при обробці даних. Внаслідок цього інформатизація може поглибити кризу суспільства в тому випадку, якщо погіршиться ситуація із зайнятістю населення, або, навпаки, сприяти виходу з кризи, якщо допоможе усунути торговий дефіцит, дасть економіці новий імпульс зростання, зменшить соціальну напруженість у суспільстві. Оскільки в сучасній світовій економіці визначальну роль відіграє спеціалізація, необхідно мати уявлення про те, які саме сектори повинні мати переважний розвиток. Ці висновки актуальні й сьогодні.

Методика та результати досліджень. Багато дослідників приділяють увагу інформації в розвитку економіки. Щодо дослідження інформації як основи діяльності економіки та інших сфер, прикладом може бути дослідження ринків з асиметричною інформацією нобелівських лауреатів Джозефа Стигліца, Майкла Спенса, Джорджа Акерлофата інших. Дослідженням значення інформації як товару та засоба виробництва займались В.Глушков, О.Ю.Чубукова, В.В.Іванова, А.Балашова та багато інших. При цьому ці значення не розглядають окремо, оскільки в цьому і проявляється специфіка даного явища. Поняття «інформаційна економіка» було введено в науковий оборот ще на початку ХХ століття і стало фактично загальноновизнаним відносно реальності, що склалася у західному світі. Точна назва сучасної економіки ще не визначена – вона залежить від точки зору конкретного дослідника та способу дослідження, який він застосовує.

Для визначення значення інформації в економіці необхідно чітко розуміти, що таке інформація, з чого вона складається. «Інформація» є загальнонауковим поняттям, але до цих пір у науковій сфері воно залишається вкрай дискусійним. Загальноприйнятого визначення не існує, і воно використовується головним чином на інтуїтивному рівні.[1] В Законі України «Про інформацію» дано такі визначення інформації, інформаційних товарів і послуг. Інформація – задокументовані або публічно розголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та оточуючому природному середовищі.

Інформаційна продукція – це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ та організацій. Якщо розглядати інформаційну економіку як економічну систему суспільства, то можна виділити наступні характеристики її особливостей:

1) Інформаційна економіка характеризується введенням інформаційних технологій у виробництво, торгівлю та послуги, а також розвиток комп'ютерної мережі Інтернет, що є базою для створення мережних підприємств й мережного інтелекту. Інформаційні та мережні технології визначають технологічний спосіб виробництва, який формується техніко-економічними відносинами разом з виробничими силами.

2) У системі виробничих відносин інформаційної економіки масова інтелектуальна праця потребувала пріоритету особистості робітника, оскільки такий робітник вільно володіє інформацією і знаннями, не залежить від власності на засоби виробництва та йому властива висока мобільність. В силу цього в умовах інформаційної економіки сама праця перестає бути економічним примушенням, а суспільна організація виробництва піддається значним змінам.

3) В інформаційній економіці відбуваються структурні зміни на макро- та мікрорівнях системи господарювання, а також глобалізація бізнесу. На мікрорівні така зміна означає появу підприємства нового типу, яке функціонує у комп'ютерній мережі Інтернет, використовує окремо функціонуючих та територіально відокремлених робітників, а також майже не має матеріальних активів. [2]

Таким чином, інформаційна економіка – це новий тип економічної системи, до якої відбувається активний перехід. У ній пріоритетними є знання як виробничий ресурс та продукція для споживання. Її розвиток відбувається дуже стрімко разом з розвитком науково-технічного прогресу. Проникнення інформатизації у всі сфери суспільного життя є причиною того, що вивчення інформаційної економіки потребує комплексного вивчення. Плавним переходимо до інформаційних систем. Інформаційна система – це взаємозв'язана сукупність засобів, методів і персоналу, використовувана для зберігання, оброблення та видачі інформації з метою вирішення конкретного завдання. У роботі інформаційної системи можна виділити такі етапи:

1. Зародження даних – формування первинних повідомлень, що фіксують результати певних операцій, властивості об'єктів і суб'єктів управління, параметри процесів, зміст нормативних та юридичних актів тощо.

2. Накопичення і систематизація даних – організація такого їх розміщення, яке б забезпечувало б швидкий пошук і відбір потрібних відомостей, методичне оновлення даних, захист їх від спотворень, втрати, деформування цілісності та ін.

3. Обробка даних – процеси, внаслідок яких на підставі раніше накопичених даних формуються нові види даних: узагальюючі, аналітичні, рекомендаційні, прогнозні. Похідні дані також можуть зазнавати подальшого оброблення, даючи відомості глибшої узагальненості і т.д.

4. Відображення даних – подання їх у формі, придатній для сприйняття людиною. Передусім – це виведення на друк, тобто виготовлення документів на так званих твердих (паперових) носіях. Широко використовують побудову графічних ілюстративних матеріалів (графіків, діаграм) і формування звукових сигналів. [3]

Переважає більшість інформаційних систем працює в режимі діалогу з користувачем. Для мережних інформаційних систем важливим елементом є комунікаційний сервіс. Значна частина функціональних можливостей інформаційних систем закладається в системному програмному забезпеченні: операційних системах, системних бібліотеках та конструкціях інструментальних засобів розробки.

Економічні інформаційні системи – це людино-машинні системи, які збирають, нагромаджують, зберігають, оброблюють і видають за запитом чи замовленням інформацію у вигляді даних і знань, необхідних для керування економічним об'єктом. Сучасні економічні інформаційні системи створюються для обробки великих обсягів інформації при

жорстких обмеженнях на час видачі результатів. Вони мають складну формалізацію процедур прийняття рішень для більшості задач, які входять до складу системи, велику кількість зв'язків між елементами, характеризуються гнучкістю і можливістю модифікації. Порушення в потоках інформації призводять до перебоїв як в роботі конкретного підприємства, так і всього господарства, а без достовірної, повної та своєчасної інформації неможливо керувати будь-яким виробництвом.

Висновки. Отже, інформація в економіці має надзвичайно великий вплив в усіх галузях її функціонування. Сучасна інформатизація якісно поліпшує досягнення цілей діяльності організацій та підприємств і є умовою розвитку країни. Інформаційна економіка – це новий тип економічної системи, до якої відбувається активний перехід. У ній пріоритетними є знання як виробничий ресурс та продукція для споживання. Її розвиток відбувається дуже стрімко разом з розвитком науково-технічного прогресу. Проникнення інформатизації у всі сфери суспільного життя є причиною того, що вивчення інформаційної економіки потребує комплексного вивчення. Сучасні інформаційні й телекомунікаційні технології стали настільки важливою частиною інфраструктури суспільства, що від них залежить не тільки технологічний, але й соціальний поступ, економічна конкурентоспроможність країни в цілому, її місце у світовій економіці, роль у міжнародному розподілі праці, здатність розвивати демократичні інститути, зростання нових робочих місць і т. п.

Список використаних джерел:

1. Корнев Ю.Г. Проблеми формування загально-національної системи інформаційного забезпечення розвитку підприємництва // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ, 2010. – Вип. 187. – Т. IV.–С.857–865.
2. Лазарєва С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – С. 270 – 280.
3. Чубукова О. Формування національного інформаційного ринку // Інформаційний бізнес. – 2010. –№1. – С. 89–90
4. Закон України «Про інформацію» від 02.10.92, ВВР, 1992, N 48, ст.651

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ

**Ю.В. КОНОВАЛЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор СЕМЕНДА Д.К.**

Скотарство є основою вітчизняного тваринництва. Проте його багаторічний розвиток характеризується зменшенням поголів'я тварин та обсягів виробництва продукції. Минулий рік не став переломним. В Україні вироблено менше молока та м'яса великої рогатої худоби порівняно з попереднім.

Молочне скотарство є однією з провідних галузей сільського господарства. Воно забезпечує населення незамінними продуктами харчування та є постачальником сировини для молокопереробної промисловості. Отже, успішний розвиток молочного скотарства є одним зі шляхів забезпечення продовольчої безпеки країни, що є важливим пріоритетом державної політики України на нинішньому етапі. Сьогодні молочне скотарство перебуває в глибокій кризі, стан і його розвитку перешкоджає низка стримуловальних чинників. Враховуючи важливе значення галузі для вітчизняної економіки, об'єктивно необхідні ідентифікація та вирішення проблем, що заважають її успішному функціонуванню.[2]

Вже вкотре за підсумками річної діяльності вітчизняне скотарство характеризується спадом обсягів виробництва продукції. За даними Держкомстату України, у 2011 році виробництво молока становило 11,1 млн т, що на 1,4% менше попереднього; м'яса великої рогатої худоби 169,1 тис. т (у живій вазі) або на 2,6% менше. Основний вплив на зменшення виробничих показників мало скорочення поголів'я тварин. Лише за останній рік чисельність великоїрогатоїхудоби в усіхкатегоріяхгосподарствзменшилася на 23 тис. гол, в тому

числі корів на 42 тисячі. Позитивним фактором розвитку галузі стало зростання продуктивності худоби. За підсумками минулого року надої молока на середньорічне поголів'я корів становили 4,1 тис. кг, що на 3% перевищувало рівень попереднього року; середньодобові прирости худоби – 480 г (+4,3%). Однак такого зростання продуктивності тварин було не достатньо для стабілізації виробництва на рівні попереднього року.

Незважаючи на загальнодержавну тенденцію до зменшення виробництва молока та м'яса окремі регіони збільшили виробництво продукції. Так, виробництво молока перевищило рівень 2010 року у Полтавській області на 3,8%, Харківській – 1,2%. Утримали виробництво на рівні попереднього року 6 регіонів, серед яких Вінницька, Дніпропетровська, Миколаївська області. Позитивна тенденція виробництва великої рогатої худоби спостерігалася у Херсонській (+5,6 до 2010 року), Тернопільській (+3,1%), Полтавській (+2,7%), Дніпропетровській (+2,4%), Вінницькій (+0,8%) областях. [1]

Ситуація на сировинному ринку мала безпосередній вплив на переробку промисловість. За підсумками 2011 року виробництво сирів жирних зменшилося до рівня попереднього року на 6%, кисломолочних продуктів – 5%; яловичини і телятини – 10%. Разом з тим, виробництво молока обробленого збільшилося на 7%, масла вершкового – 6%. Як наслідок, фонд споживання молока становив 9,5 млн т, або розраховано 206 кг на одну особу; м'яса 2,4 млн т, або 52 кг/особу (з якого на яловичину і телятину припадало 9,8 кг). Для порівняння: рекомендовані Міністерством охорони здоров'я річні норми споживання молока однією особою становлять 380 кг, м'яса – 80 кг. Відтак внутрішній ринок залишається далеким від його повного насичення.

Визначають декілька основних причин негативного впливу на розвиток галузі. По-перше, низька ефективність скотарства. Незважаючи на те, що молоко, галузь залишається мало привабливою для господарників. Якщо в травні 2011 року середня закупівельна ціна на молочну сировину, вироблену у сільськогосподарських підприємствах, становила 2,9 тис. грн/т, то в жовтні досягла 3,8 тис. грн. Порівняймо: середні ціни на молоко торік у країнах Європейського Союзу коливалися у межах 35-36 євро в розрахунку на 100 кг продукції. Молоко, вироблене в господарствах населення, коштувало на вітчизняному ринку значно дешевше. Упродовж минулого року за нього можна було отримати в середньому від 2,0 до 2,9 тис. грн/т. У січні 2012 року закупівельні ціни на молоко від сільськогосподарських підприємств становили 3,5-3,8 тис. грн/т, населення – 2,3-2,8 тис.; молодняк великої рогатої худоби вагою понад 400 кг – 17,0-17,5 тис. грн/т. [1]

Проте навіть така цінова ситуація не забезпечує належний рівень ефективності галузі. Рентабельність виробництва молока у 2010 році становила 17,7% (1,4% у 2009 році), м'яса великої рогатої худоби залишається збитковим 35,9% (-32,9%). Такі результати діяльності в скотарстві ускладнюють навіть просте відтворення галузі, не говорячи про її розширений розвиток. [3]

Сьогодні Україна має значний потенціал у сфері виробництва молока, особливо в контексті зростання світового попиту на нього (щорічний

приріст попиту на молоко становить 3-4%) і за подолання кризи в галузі може стати потужним експортером цієї продукції на світовому ринку. За таких умов питання розвитку молочного скотарства набуває особливої актуальності, водночас існує потреба в негайному вирішенні проблем, що стримують розвиток галузі.

Ми встановили, що неефективність виробництва є основною проблемою молочного скотарства в Україні. Отож, першочергове завдання сьогодення – комплексно вирішувати питання підвищення ефективності виробництва молока.

Пріоритетним напрямом підвищення ефективності вважаємо створення спеціалізованих великотоварних підприємств. Однак для подолання проблеми неефективності виробництва молока самого лише укрупнення підприємств буде недостатньо.

Отже, на нинішньому етапі розвитку пошук шляхів підвищення ефективності молочного скотарства залишається актуальним питанням, вирішення якого буде завданням наших подальших досліджень

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «УКРАГРОМЕТПРОМ» М. УМАНЬ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Ю.М. КОВАЛЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЦИМБАЛЮК Ю.А.**

В сучасних умовах кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, підбирати цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Суть маркетингу полягає в пошуку рішень, спрямованих на задоволення потреб споживачів і отримання переваг в порівнянні з конкурентами за допомогою спеціальних ринкових заходів. Грамотне, обгрунтоване маркетингове рішення допоможе підприємству вижити в несприятливому зовнішньому середовищі.

Вибір напряму маркетингової діяльності залежить від ситуації, в якій знаходиться підприємство, тому маркетингові програми як короткострокові, так і довгострокові, потребують розробки і застосування такої стратегії, яка при заданих умовах максимально відповідає економічному стану в країні і в той же час забезпечувала б комерційним структурам необхідну ефективність, рентабельність і матеріальну зацікавленість в результатах діяльності.

В ТОВ «Украгрометпром» відсутній маркетинговий відділ, але його функції виконує директор, відділ збуту та частково бухгалтерський відділ.

Для вирішення маркетингових задач які є базисними для підприємства розробляють конкретні стратегії маркетингу.

ТОВ «Украгрометпром» має як короткострокові так і довгострокові цілі, але сформованої єдиної місії немає.

Так, для ТОВ «Украгрометпром» можна сформулювати такі місії:

- діяльність спрямована на збереження і розвиток науково – технічного потенціалу;
- підтримка високого рівня розробок;
- створення нових робочих місць і культури виробництва, що зберігає і захищає навколишнє середовище.

Програма маркетингу – розроблений на основі комплексних маркетингових досліджень, стратегічний план щодо організації виробничо-збутової і науково-технічної діяльності підприємства, покликаний забезпечити вибір оптимального варіанту майбутнього розвитку згідно з визначеними цілями і стратегії в довгостроковій перспективі.

Для ТОВ «Украгрометпром» нами було розроблено маркетингову програму підприємства на 2014 рік (таблиця 1).

1. Маркетингова програма ТОВ «Украгрометпром» на 2014 рік

Комплекс маркетингу	Ціль маркетингової діяльності	Суть маркетингової діяльності	Заходи реалізації маркетингових стратегій (тактика)
Товар	Покращення якості продукції	Розширення ринків збуту	Впровадження інновацій та нових технологій
Ціна	Зменшення питомих витрат виробництва	Збільшення ринкової частки, зростання прибутку	З кожним подвоєнням обсягів виробництва питомі витрати знижуються на 10–30% (матриця росту)
Розподіл	Нові канали збуту	Збільшення прибутку підприємства	Розширення кола споживачів, завоювання нових ринків
Просування	Розширення кола засобів інформування	Збільшення поінформованості споживачів	За рахунок реклами ЗМІ

Також для підприємства є важливим стратегічне маркетингове планування. Стратегічне маркетингове планування – це управлінський процес створення та підтримання відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями та шансами у сфері маркетингу.

Мета стратегічного планування – визначення найбільш перспективних напрямів діяльності організації через ефективне використання її наявних ресурсів для забезпечення зростання та процвітання організації.

Процес стратегічного маркетингового планування на ТОВ «Укragрометпром» можна подати наступним чином:

- формування місії фірми;
- визначення мети фірми;
- маркетинговий аудит;
- SWOT – аналіз;
- визначення маркетингової мети;
- формування маркетингової стратегії;
- програма маркетингу;
- організація і реалізація маркетингу;
- контроль маркетингу.

Результатом реалізації заходів стратегічного планування є зміни в організації, а саме: створення нових ринків, диверсифікація виробництва, проектування і створення нових потужностей, ліквідація нерентабельних виробництв, злиття і придбання фірм, розробка нових продуктів, реорганізація і перерозподіл повноважень та відповідальності і таке інше.

Заходи щодо підвищення ефективності господарювання на основі удосконалення маркетингової діяльності мають бути реалізовані й у ТОВ «Укragрометпром», що дасть можливість зміцнити ринкові позиції підприємства та забезпечити успішне функціонування на перспективу.

ОБЛІК ВИТРАТ НА ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

**Н.С. КОНОВАЛОВА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент ОЛЯДНІЧУК Н.В.**

В умовах ринкової економіки бухгалтерський облік є особливо важливою функцією ефективного управління виробничими і комерційними структурами, зняряддям контролю за раціональними і економічним використанням ресурсів з метою досягнення комерційного успіху і виконання фінансових обов'язків перед державою.

Процес ведення бухгалтерського обліку на підприємстві утворює сукупність інформаційних і контроль організаційних операцій. До інформаційних відносяться операції збору, реєстрації, передачі, зберігання і обробки даних. Контрольно-організаційні операції, пов'язані з контролем і використанням одержаної в результаті виконання інформаційних операцій, які займають найбільшу питому вагу в діяльності бухгалтерського апарату, що являється відображенням об'єкту бухгалтерського обліку, як функціональної управлінської роботи.

Інформаційні операції звітнього процесу поділяються на дві нерозривно пов'язані одну з одною стадії, перша з яких називається первинним звітом, включає операції збору інформації, реєстрації і передачі звітних даних. Друга стадія, яка включає операції зберігання і обробку звітних даних, може бути визначена, як систематизація і узагальнення даних первинного звіту.

Задачі обліку затрат на виробництво інформаційно пов'язані із суміжними ділянками обліку і підсистемами. Лише незначна за обсягом вихідна інформація формується на основі первинних документів.

Незважаючи на прийняття ряду важливих нормативних актів з бухгалтерського обліку та його реформування, спостерігається непослідовність дій і відсутність дієвої стратегії держави щодо розвитку сільського господарства. Це дає можливість створити ефективну, адекватну вітчизняну ринкову облікову систему.

Практично неможливо переоцінити значення обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції в економічній діяльності підприємства. Ефективність діяльності залежить значною мірою від зниження витрат на одиницю продукції за збереження і підвищення її якості. Різне зниження витрат можливе в умовах доведення до кожного центру відповідальності принципів проти витратного механізму діяльності підприємства, який включає в себе наступні системи:

- нормування виробничих витрат на основі технологічного обґрунтування розрахунків;
- планування собівартості виробництва кожного центру відповідальності з урахуванням обґрунтованих норм і нормативів;
- мотивацію праці, що взаємопов'язано з плановими завданнями зі зниження виробничих витрат;
- упровадження прогресивної форми організації і стимулювання праці на основі внутрішнього комерційного розрахунку.

Переважає більшість практиків переконані в тому, що для суб'єкта підприємницької діяльності необхідно визначати три види собівартості:

1) собівартість за центрами відповідальності (для планування і контролю діяльності відповідального виконавця);

2) повна програмована собівартість (для ціноутворення та інших оперативних рішень за нормальних обставин);

3) пряма виробнича собівартість, що використовується для ціноутворення та інших оперативних рішень.

Однак при цьому варто підкреслити, що якщо підприємство здійснюватиме калькулювання неповної собівартості, то повну собівартість воно може отримати тільки позасистемно, розрахунково. А це загрожує недостовірними результатами аналізу внаслідок можливих помилок. Вихід з цієї ситуації ми бачимо в тому, що кожне підприємство з метою економічної безпеки має здійснювати калькулювання собівартості продукції за повними витратами і визначати фактичну собівартість одиниці продукції за всією номенклатурою видів продукції, що виробляється, і аналізувати фактичну собівартість виробів порівняно з плановою чи нормативною собівартістю, а також з відпускними цінами.

На сьогоднішньому етапі розвитку аграрного виробництва акцентовано увагу на вирощуванні екологічно чистих біологічних активів, а тому класифікація витрат за елементами і статтями носить специфічний характер. Так, витрати на екологізацію виробництва запропоновано виділити в окремий елемент витрат. Удосконалена класифікація елементів виробничих витрат матиме такий вигляд: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; витрати на екологізацію; загальновиробничі витрати

Визначено, що для оперативності та ефективності ведення обліку виробництва важливе значення має комп'ютеризація. Автоматизація процесу виробництва в галузі рослинництва повинна забезпечувати, насамперед, повний облік фактичних виробничих витрат за статтями та елементами як в розрізі центрів відповідальності, так і по підприємству в цілому. Це дасть змогу достовірно визначити собівартість виробленої продукції та виконаних робіт.

Одним із перспективних явищ у сільськогосподарських підприємствах є комп'ютеризація обліку на основі комплексу пов'язаних автоматизованих робочих місць (АРМ). Побудова таких автоматизованих систем обліку ґрунтується на об'єднанні кількох локальних АРМ в одну велику комплексну систему.

Для обліку виробництва продукції рослинництва використовуються такі локальні АРМ: АРМ зі складського обліку запасів; АРМ з обліку заробітної плати та нарахувань і відрахувань від неї; АРМ з обліку основних засобів та амортизації; АРМ з обліку

загальновиборничих витрат; АРМ з обліку загальногосподарських витрат; АРМ з обліку витрат на реалізацію продукції. Рис. 1 ілюструє особливості організації роботи АРМ керівника підрозділу рослинництва.

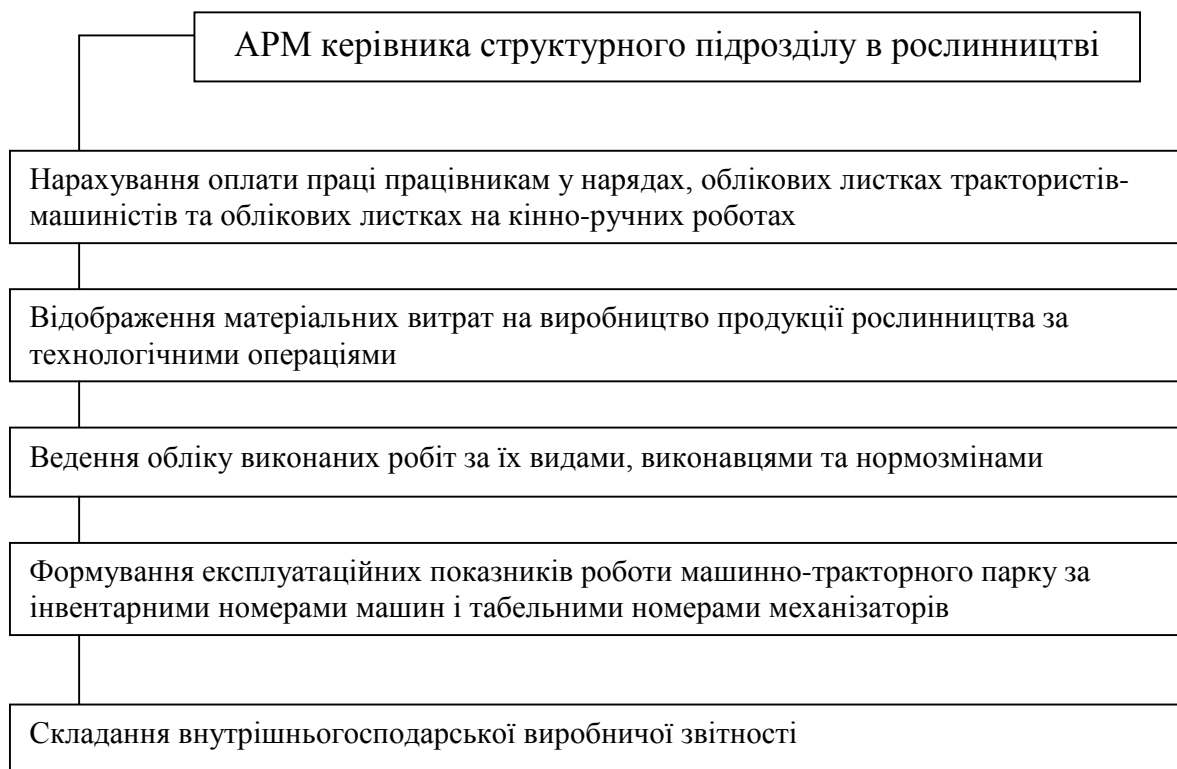


Рис. 1. Організація роботи АРМ керівників структурних підрозділів в галузі рослинництва

Комплекс перерахованих АРМ складає єдину систему пов'язаних АРМ з обліку виробництва продукції. Найдоцільніше організувати роботу комплексних АРМ в середині кожного структурного підрозділу сільськогосподарського підприємства.

Таким чином, запропоновані удосконалення та пропозиції щодо автоматизації обліку витрат і виходу продукції рослинництва забезпечать достовірність обліку, що досить актуально сьогодні.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В.О. КОРОПЕЦЬ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БЕЧКО П.К.

Фінансова стабільність країни визначається фінансовою стійкістю суб'єктів господарювання, а виняткове місце аграрного сектору національної економіки підкреслює необхідність забезпечення фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств.

Фінансова стійкість суб'єктів господарювання є найголовнішою характеристикою фінансового стану підприємства, яка здатна не тільки комплексно віддзеркалювати результати діяльності, але і виступати основним орієнтиром у формуванні фінансової стратегії. Проте, на сучасному етапі розвитку суб'єктів аграрного виробництва мають місце не однакові підходи щодо оцінки фінансової стійкості.

Національна продовольча безпека, збереження вітчизняної галузі визначає необхідність систематичного підходу до проблеми забезпечення фінансової стійкості

сільськогосподарських підприємств. Адже стабільність економіки України неможлива без стабільної діяльності окремих підприємств.

В умовах ринкової економіки в основі стійкості товаровиробників закладений механізм управління в основі якого своєчасно реакція на зміни факторів. Суб'єкти господарювання аграрного виробництва потребують свободи вибору і оперативності господарського маневрування, реакції на зміни фінансового стану, що можливо лише внаслідок фінансової стійкості суб'єкта господарювання.

В ринкових умовах суб'єкти господарювання самостійно залучають фінансові ресурси, намагаються ефективно їх розміщувати з метою забезпечення безперебійної діяльності. Самостійний пошук партнера також зумовлює наявність обґрунтованих критеріїв його вибору з точки зору фінансової стійкості. Тобто, за сучасних умов фінансова стійкість є якісною характеристикою фінансових можливостей підприємства та його партнерів. А забезпечення фінансової стійкості підприємств відноситься до найбільш важливих економічних проблем в умовах ринку.

Основними завданнями оцінки фінансової стійкості підприємства є:

- визначення відповідності між засобами і джерелами, раціональності їх розміщення та ефективності використання;

- встановлення рівня стійкості фінансового стану та кількісної оцінки факторів її зміни;

- обґрунтування основних резервів підвищення фінансової стійкості;

- довгострокове та короткотермінове прогнозування фінансової стабільності.

Серед низки проблем, які гальмують фінансове оздоровлення та вихід національної економіки з кризового стану є гальмування економічних реформ в Україні, з другого – з не фаховістю і несвоєчасною реакцією на кризове становище підприємства. Адже давно спостерігалось, що абсолютна більшість помилкових рішень, яка призводила до значного погіршення фінансового стану підприємства або ж навіть і до банкрутства підприємства, приймалася керівництвом підприємства через недостатню кваліфікацію управлінського персоналу. Тому слід своєчасно усувати негативні процеси на підприємстві, але передусім необхідно ідентифікувати причини фінансової неспроможності суб'єкта господарювання і знайти шляхи фінансового оздоровлення.

В основі досягнення фінансової стійкості лежить насамперед своєчасне і гнучке управління внутрішніми факторами його діяльності. Всебічне використання внутрішніх механізмів фінансової стабілізації пов'язане з тим що успішне пристосування цих механізмів дає змогу не лише зняти фінансову напругу загрози банкрутства, а й позбавити підприємство від залежності щодо використання залученого капіталу, прискорити темпи його економічного розвитку.

Найважливіше завдання – усунення неплатоспроможності, оскільки за умови несвоєчасного погашення підприємством боргів перед кредиторами свідчить про встановлення системи розрахунків і попереджує виникнення процедури банкрутства. Хоч неплатоспроможність підприємства може бути усунена за рахунок виконання низки фінансових заходів, фактори, які призвели до неплатоспроможності, можуть залишитись без змін. Тому слід звернути увагу на фінансову стійкість підприємства.

Для уникнення підприємства загрози банкрутства не лише в короткому, а й у тривалому періоді слід забезпечити перевищення власних коштів над позичковими – це призведе до його незалежності від зовнішніх джерел. Слід змінити фінансову стратегію підприємства з метою прискорення його економічного зростання.

Підприємство є фінансово стабільним за умови максимального скорочення вартості використовуваного ним капіталу. Враховуючи негативні фактори, слід забезпечити високі темпи виробничого розвитку. Для досягнення фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств слід здійснювати ефективне управління внутрішніми факторами його діяльності. Воно має передбачати:

- оптимізацію складу і структури активів підприємств, раціоналізацію їх обороту;

- ефективне розміщення власних фінансових ресурсів та мобілізацію залученого капіталу;

- забезпечення самофінансування за рахунок прибутку, оптимізації податкових платежів, ефективної амортизаційної політики;
- ліквідацію заборгованості підприємства та ін.

Висновки. Таким чином, за рахунок використання положень та втілення методичних підходів, що діють при обчисленні показників фінансової стійкості можна забезпечити фінансову стійкість сільськогосподарських підприємств.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У ФГ «НАДІЯ-С» ГОЛОВАНІВСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**О.С. КОРШЕНЮК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач ГАРКАВА І.М.**

У період виходу України з кризи підприємства, кредитні установи, інші господарюючі суб'єкти вступають у договірні відносини по використанню грошових коштів, що обумовлює зростання ролі організації обліку даного об'єкту як необхідної умови отримання достовірної інформації для прийняття обґрунтованих рішень, вибору надійних господарських партнерів і запобіганню підвищеного ризику діяльності. Роль і значення обліку грошових коштів особливо підвищилися з розширенням міжнародних економічних відносин України та прийняттям владою відповідних законів та положень. Більшість підприємств звертає недостатньо уваги на правильність та ефективність організації обліку грошових коштів.

Інформація про рух грошових коштів підприємства є основою для оцінки спроможності підприємства. Грошові кошти потрібні підприємствам, в основному, з однакових причин, якою різною не була б їх основна діяльність, від котрої одержують прибутки: для здійснення операцій, погашення зобов'язань і забезпечення доходу інвесторам. Існує ряд проблем пов'язаних з обліком грошових коштів, а саме: визнання та класифікація грошових коштів; правильне їх відображення у фінансовій звітності; організація контролю за процесом збереження та використання грошових коштів; оптимізація надходжень і виплат готівки та формування інформаційної бази даних для аналізу отриманих і втрачених вигод від проведених заходів; повнота, своєчасність та аналітичність відображення в звітності руху грошових коштів; матеріально-технічне та організаційне забезпечення ведення обліку грошових коштів.

На практиці облік грошових коштів є достатньо регламентований законодавчими та нормативними актами України. Але розширення форм і методів здійснення розрахунків, властивостей та функцій грошових коштів як інструментів забезпечення оперативної платоспроможності стали основною причиною уточнення й деталізації відображення в бухгалтерському обліку та контролю операцій з ними.

Діяльність кожного підприємства прямо залежить від правильної організації обліку грошових коштів, адже основу діяльності підприємства складають операції, які пов'язані з рухом грошових коштів. Ефективність організації обліку грошових коштів забезпечить раціональний розподіл та використання грошових коштів, а тим самим успішну фінансову діяльність підприємства. Організація обліку готівкових грошових коштів є досить складним напрямком, оскільки охоплює найбільшу кількість складових. Зокрема, до етапів організації зазначеного об'єкта належать:

- визначення нормативної бази;
- організація кадрового добору касирів установи;
- організація матеріальної відповідальності;
- організація збереження готівкових коштів у касі установи;
- організація доставки готівкових коштів до каси;
- організація визначення розрахункових показників ліміту каси;
- організація облікових номенклатур;

- організація вибору носіїв облікової інформації;
- організація руху носіїв облікової інформації.

При організації обліку грошових коштів підприємства слід забезпечити повноту та своєчасність їх відображення у системі обліку. Дана ділянка бухгалтерії є досить важливою, тому що від достовірності та оперативності обліку грошей залежить вся фінансова діяльність підприємства. Побудова належного обліку грошових коштів передбачає правильність здійснення й відображення всіх етапів їх руху, починаючи з нормативно-правових вимог, заповнення первинних документів, узагальнення та систематизації інформації в регістрах і завершуючи складанням звітності.

Звіт про рух грошових коштів можна вважати доповненням до бухгалтерського балансу (в частині деталізації руху грошових коштів), його слід використовувати разом з іншими фінансовими звітами, оскільки він надає інформацію, яка дозволяє користувачам оцінювати зміни у чистих активах підприємства, його фінансовій структурі (в тому числі ліквідність та платоспроможність), а також здатність впливати на суми і період руху грошових коштів з метою пристосування до обставин та можливостей, які постійно змінюються. Інформація про рух грошових коштів є корисною для оцінки здатності підприємства генерувати грошові кошти та їх еквіваленти, а також дозволяє користувачам розробляти моделі для оцінки та порівняння теперішньої вартості майбутнього руху грошових коштів різних підприємств. Вона також підвищує ступінь зіставності звітності про результати діяльності різних підприємств, тому що запобігає впливу різних підходів до обліку однакових операцій та подій.

В світовій практиці для аналізу грошових потоків застосовують норми МСБО 7 «Звіти про рух грошових коштів», в Україні відповідно до вимог П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів» також формується однойменний звіт.

Ключовими відмінностями між цими нормативними документами є те, що МСБО 7 передбачає застосування для руху коштів в результаті операційної діяльності на вибір прямого чи непрямого методу формування звітності, а в Україні, відповідно до останніх змін (наказ Міністерства фінансів України від 10 червня 2010 р. № 382) передбачено зміну непрямого методу подання інформації про рух коштів в результаті операційної діяльності на прямий.

ФГ «Надія-С» Голованівського району Кіровоградської області займається виробництвом сільськогосподарської продукції та її реалізації, тому правильно налагоджений облік грошових коштів є дуже важливим моментом в діяльності підприємства.

Підприємство веде облік результатів своєї діяльності, і зокрема, у встановленому порядку веде оперативний облік і статистичну звітність.

Відповідальність за стан обліку, своєчасну здачу бухгалтерської та іншої звітності покладається на головного бухгалтера. Компетенція, права та обов'язки головного бухгалтера визначаються чинним законодавством та посадовою інструкцією. На підприємстві існує Наказ про облікову політику.

Посадові особи несуть встановлену чинним законодавством відповідальність за достовірність відомостей, що містяться в річному звіті та балансі.

Розглянувши організацію обліку грошових коштів ми виявили, що первинний облік касових операцій проводиться з оформленням прибуткових видаткових касових ордерів, які своєчасно складаються головним бухгалтером і реєструються під відповідним порядковим номером в книзі реєстрації прибуткових і видаткових ордерів. У підприємства в банку відкритий рахунок. Основною формою безготівкових розрахунків являється платіжне доручення.

До недоліків ведення обліку можна віднести те, що на підприємстві при заповненні касових документів є виправлення, стирання і т.д.

З метою вдосконалення обліку грошових коштів на підприємстві ми пропонуємо:

1. Змінити існуючий на підприємстві порядок здійснення розрахунків за допомогою платіжного доручення на новий, з використання такої перспективної програми як «Клієнт-

Банк», яка використовується для оперативного ведення клієнтом своїх рахунків у банку та обміну технологічною інформацією.

Клієнтська частина системи «клієнт-банк» забезпечує автоматичне ведення поточного стану рахунка клієнта в банку, урахуваючи проведені початкові та зворотні платежі. Розрахункові документи в електронному вигляді, що подаються клієнтом у банк, мають відповідати формату платіжних документів системи електронних платежів Національного банку із зазначенням електронних цифрових підписів відповідальних осіб платника, яким згідно з установчими документами надане право підпису. Реквізити, які містить розрахунковий документ в електронному вигляді, що використовується в системі «клієнт-банк», визначаються угодою між банком та клієнтом, але обов'язковими є такі: дата та номер розрахункового документа в електронному вигляді; назва, ідентифікаційний код (номер) платника та номер його рахунка;

назва та код банку платника; назва, ідентифікаційний код (номер) одержувача та номер його рахунка; назва та код банку одержувача; сума розрахункового документа в електронному вигляді цифрами; призначення платежу.

2. Внести зміни до Журналу прибуткових та видаткових косових ордерів та Заявки на внесення готівкових коштів для вдосконалення обліку доопрацювати ці документи шляхом внесення в них додаткових місць про нарахований податок на додану вартість.

Доцільним буде автоматизувати облік на підприємстві шляхом впровадження автоматизованої системи бухгалтерського обліку 1С: Підприємство 7.7., що дозволить повністю автоматизувати первинний та синтетичний і аналітичний облік. При впровадженні розроблених заходів з вдосконалення обліку підвищиться оперативність, спроститься порядок роботи з банківською системою, підвищиться достовірність даних, що в свою чергу позитивно вплине на фінансово-господарську діяльність підприємства.

ШЛЯХИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЙНОВОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

**Ю.О. КОТЛЯРОВА, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: ст. викладач ГАЙДАЙ В.І.**

Майнове страхування трактується як галузь страхування, в якій об'єктом страхових правовідносин виступає майно в різних видах; його економічне призначення – відшкодування збитку, що виник унаслідок страхового випадку. Застрахованим може бути майно що як є власністю страхувальника, так і знаходиться в його володінні, користуванні, розпорядженні. Страхувальниками виступають не тільки власники майна, але і інші юридичні і фізичні особи, що несуть відповідальність за його збереження.

У наш час лідерство за темпами росту страхових платежів належить майновому страхуванню. Цей показник склав 83%. Росту збору страхових премій не перешкоджало навіть скасування обов'язкового страхування майна у сільській місцевості і переведення цього виду страхування на добровільну основу. В основному таке збільшення стало можливим за рахунок росту числа фізичних осіб, що набули реального права власності на майно, а також завдяки зміні порядку відрахування страхових премій підприємствами на цей вид страхування. Тепер такі платежі можна здійснювати за рахунок собівартості. Цей вид страхування є одним із найбільш перспективних. Одним же з головних чинників, що заважають цьому виду страхування розвиватися повною мірою, є низька платоспроможність як юридичних, так і фізичних осіб. Наприклад, в НАСК «Оранта» укладено чимало договорів на страхування майна підприємств, що вважаються недійсними, – за ними не внесено страхових платежів.

З метою перетворення майнового страхування в ефективну та необхідну складову частину ринкової економіки та життя кожної української родини необхідно на законодавчому рівні вдосконалити механізм функціонування страхового ринку в Україні;

привести національне законодавство, що регулює відносини на ринку страхових послуг, у відповідності до стандартів Європейського Союзу.

Попит на страхові послуги залишається дуже низьким, що обумовлюється такими негативними чинниками, зокрема:

- недосконалість дії механізму захисту прав споживачів страхових послуг;
- незначна клієнтська база страховиків;
- зосередження діяльності більшості страховиків компаній щодо здійснення майнового страхування юридичних осіб;
- низький рівень капіталізації значної кількості страхових компаній;
- низький рівень страхової культури населення.

Головними задачами формування повноцінного страхового ринку в Україні є розробка і реалізація діючої державної політики в сфері страхування, приведення чинного законодавства у відповідність із вимогами ЄС; удосконалення державного страхового нагляду. Для цього необхідно:

у сфері концептуального забезпечення:

- створити фахову комісію для розробки проекту Концепції розвитку страхового ринку в Україні на період до 2013 року, що подать на розгляд парламенту і схвалити в рамках загальної стратегії соціально-економічного розвитку України;

- підготувати проект Програми реформування галузі, у якій передбачити: визначення міри охоплення існуючих ризиків страхуванням і потенційними можливостями розвитку окремих сегментів страхового ринку;

у сфері нормативно-правового забезпечення

- провести парламентські слухання на тему «Страхування в Україні: стан, проблеми, перспективи»; за результатами слухань переглянути в Законі України «Про страхування» перелік видів обов'язкового страхування; нормувати визначення страхових тарифів у цій сфері;

- прийняти закони України «Про обов'язкові види страхування»; «Про фонд гарантування страхових виплат», «Про єдиний соціальний податок», «Про страхування життя», «Про страхування зовнішньоекономічної діяльності», «Про страхових посередників»;

у сфері організаційно-методологічного забезпечення

- розробити пропозиції по вилученню з оподаткування засобів, що спрямовуються на розширення клієнтської бази, а також підвищення фахового рівня страхової діяльності і страхової культури населення;

- здійснити економічне обґрунтування і розробити план заходів щодо впровадження системи гарантій по довгостроковому страхуванню життя; розглянути питання про об'єднання наявних соціальних фондів в один і доцільності приватизації останнього в середньостроковій перспективі;

- розглянути питання про випуск спеціальних інвестиційних інструментів під розміщення довгострокових страхових резервів;

- розробити методичні рекомендації по здійсненню страхових і перестрахових операцій за участю страхових посередників; переглянути порядок і форми їхньої звітності;

- створити незалежний інститут експертизи договорів страхування і страхових випадків;

- створити національну базу даних несумлінних клієнтів.

Висновки. Зазначені дані свідчать про необхідність удосконалення підходів до пошуку резервів зростання показників розвитку майнового страхування в Україні в сучасних соціально-економічних умовах. Цього можна домогтися на основі економічної стабільності та зростання обсягів вітчизняного виробництва; підвищення рівня доходів населення і, як наслідок, забезпечення його платоспроможності; зниження рівня інфляції.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ПРИБУТКОВОГО ЗЕРНОВИРОБНИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ВІЛЬШАНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**О.І. КОТОЛУП, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕСТЕРЧУК Ю.О.**

Виробництво зерна займає особливе місце серед інших галузей рослинництва в господарстві в переважній більшості сільськогосподарських підприємств. Головною метою процесу виробничої діяльності галузі зерновиробництва в підприємствах Вільшанського району Кіровоградської області є виробництво зерна та одержання прибутку від його реалізації. Процес виробництва являє собою, з одного боку, процес виробничого споживання засобів і предметів праці та робочої сили, а з другого – виготовлення продукції. Реалізація виробленої продукції є завершальною стадією повного циклу кругооборотовиробничих засобів підприємства, в процесі якої підприємству повертаються у вартісному виразі всі кошти, витрачені на виробництво і збут.

Проблема збільшення обсягів і підвищення стійкості виробництва зерна є однією з ключових у національній аграрній політиці. Вирішення цієї проблеми має чітко виражений регіональний характер, що обумовлено зростаючою відповідальністю регіонів за забезпечення населення продуктами харчування. Головні пріоритети розвитку зернового господарства Вільшанського району Кіровоградської області на найближчий період – забезпечення нарощування виробництва високоякісного зерна, стримування негативних процесів, що мають місце в сфері реалізації та просування товару до споживача. Для цього є всі необхідні умови. Сприяє цьому реформування у сферах власності та ринкових взаємовідносин.

На всіх етапах розвитку сільського господарства України пріоритетним напрямком було зернопродуктове виробництво, а обґрунтування заходів щодо його стабілізації та підвищення економічної ефективності є загальнодержавним завданням стратегічної ваги. Ці проблеми знайшли відображення в наукових роботах Саблука П.Т., Шпичака О.М., Бойка В.І, Лобаса М.Г., Волинця В.Л., Калюжної О.В., Клочана В.В., Худолій Л.М., Сайко В.Ф, Губенка В.І., Жмайлова В.М., Андрійчука В.Г. та інших.

Економічна ефективність показує кінцевий корисний результат від застосування всіх виробничих ресурсів і визначається порівнянням одержаних результатів і витрат виробничих ресурсів. Економічна ефективність виробництва зерна – це одержання максимальної його кількості з одного гектару площі посіву при найменших затратах праці і коштів на 1 ц зерна. В умовах розвитку суспільства стратегічним завданням є піднесення сільськогосподарського виробництва, підвищення продуктивності праці та ефективного використання трудових ресурсів. Високі темпи підвищення продуктивності праці – важлива умова вирішення багатьох економічних і соціальних проблем і насамперед ефективності сільськогосподарського виробництва, зростання оплати праці і доходів працівників господарства. При цьому весь приріст продукції сільського господарства повинен бути одержаний за рахунок підвищення продуктивності праці без додаткового залучення робочої сили.

Для більш детального аналізу зерновиробництва розглянемо основні показники економічної ефективності зернових культур Вільшанського району Кіровоградської області (табл. 1).

За досліджуваний період урожайність зернових культур збільшилася на 128,7%, це було спричинено використанням ресурсоощадних технологій без витратного збирання зернових культур. У 2007 р. собівартість була найвищою 75,1грн, що пояснюється низькою урожайністю(15ц/га) через несприятливі погодні умови. Щодо ціни реалізації 1 ц продукції, то вона зросла в 2011р. проти 2007р. у 1,4 раза, через підвищення внутрішніх цін на зернові культури, що в свою чергу було спричинено зростанням експорту зернових на світовий ринок. Рівень рентабельності збільшився на 27,2 відсоткових пунктів, що свідчить про зростання прибутковості цієї галузі.

1. Ефективність виробництва зернових культур у сільськогосподарських підприємствах Вільшанського району Кіровоградської області

Показник	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	Відхилення 2011 від 2007 (+/-)
Зібрана площа, га	9514	11919	6404,9	6486	7715	-1799,0
Урожайність, ц/га	15	33	24,7	29,3	34,3	19,2
Валовий збір, тис.ц	143,03	393,5	158,3	190,1	264,4	121,4
Виробнича собівартість 1ц, грн	75,1	31,2	48,8	66,3	72,1	-3,0
Повна собівартість 1 ц,грн	87,8	36,5	54,4	73,9	92,5	4,7
Ціна реалізації 1 ц, грн	91,98	44,77	71,19	99,03	122,10	30,1
Прибуток на 1 ц, грн	4,21	8,24	16,76	25,12	29,63	25,4
Прибуток на 1 га, грн	40,63	281,04	459,40	649,97	682,58	642,0
Рівень рентабельності, %	4,8	22,5	30,8	34,0	32,0	27,2в.п.

На динаміку виробництва зернових культур впливає багато факторів, усі вони діють комплексно, в діалектичній єдності, взаємозв'язку і взаємозалежності. Використання високопродуктивних районованих сортів і гібридів, внесення добрив в оптимальних, науково обґрунтованих дозах, застосування комплексної механізації виробничих процесів, використання високоякісних засобів захисту рослин – всі ці фактори зумовлюють підвищення урожайності культур, особливо в комплексі, отже зумовлюють збільшення валового збору зернових культур.

Основними шляхами підвищення ефективності виробництва зернових у підприємствах Вільшанського району Кіровоградської області є зростання урожайності зернових культур за рахунок інтенсифікації галузі, що призводить до зниження собівартості продукції, підвищення цін реалізації та рентабельності її виробництва.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

**О.О. КРИВОНОС, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., старший викладач БЕРЖАНІР І.А.**

Становлення і розвиток ринкових відносин в економіці України, досвід зарубіжної системи господарювання свідчать про об'єктивно існуючу залежність результатів фінансово-господарської діяльності підприємств від ефективності управління процесами формування та використання оборотних активів. В зв'язку з цим дослідження сутності процесу управління оборотними активами, як важливого чинника підвищення ефективності функціонування підприємства, набуває особливої актуальності.

Управління оборотними активами є досить розробленою і освоєною процедурою фінансового менеджменту у країнах з розвинутою ринковою економікою. Слід зауважити, що в зарубіжній практиці управлінню оборотними активами приділяється значно більше уваги, ніж в Україні. Існує велика кількість методик і підходів, спрямованих на підвищення ефективності управління оборотними активами. Аналіз літературних джерел свідчить, що більшість вчених-економістів під управлінням оборотними активами розуміють визначення потреби підприємства в оборотних коштах, розробку методики визначення нормативів оборотних коштів у виробничих запасах, незавершеному виробництві, витратах майбутніх періодів, запасах готової продукції; формування та використання джерел фінансування обігових коштів.

Таким чином, під управлінням оборотними активами підприємства пропонується розуміти управління формуванням необхідного (оптимального) обсягу і складу оборотних активів, з одного боку, та управління формуванням оптимальної структури джерел їх

фінансування, з іншого боку. Політика управління оборотними активами являє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства. Розвиток теорії управління оборотними активами і джерелами їх фінансування здійснювався з розвитком фінансового ринку, оскільки від цього чинника залежали можливості формування разом з матеріальними оборотними активами фінансових активів. Сучасні ринкові відносини потребують від підприємств досконалої розробки та нового наукового підходу до формування оборотних активів та джерел їх фінансування.

Слід зазначити, що методичні підходи до управління оборотними активами та джерелами їх фінансування з часом змінювалися в залежності від рівня лімітування діяльності підприємств, розширення можливостей використання економіко-математичних методів, розвитку фінансового ринку та його інструментів. Лібералізація економічних відносин і розвиток вітчизняного фінансового ринку призвели до необхідності використання теоретичних розробок та практичного досвіду країн з розвинутою ринковою економікою при управлінні оборотними активами. При цьому в основному використовувались методичні підходи до управління дебіторською заборгованістю (кредитний менеджмент), управління запасами (визначення оптимального співвідношення між витратами на постачання та зберігання запасів), управління коштами на рахунках (встановлення мінімальної суми коштів на рахунку та перерозподіл активів між готівкою та високоліквідними фінансовими активами).

В теорії і практиці фінансового менеджменту існують чотири моделі обрання джерел фінансування активів: ідеальна, агресивна, консервативна і компромісна.

Суть ідеальної моделі фінансування оборотних активів моделі полягає в тому, що довгострокові пасиви (сума власного капіталу та довгострокових зобов'язань) мають бути на рівні необоротних активів, а поточні пасиви – на рівні поточних активів, тобто вся сума оборотних активів підприємства фінансується виключно за рахунок короткострокових зобов'язань. З точки зору ліквідності ідеальна модель є найризикованішою, тому що за несприятливих умов (наявності значної дебіторської заборгованості, особливо сумнівної та безнадійної, необхідності терміново погасити короткострокові зобов'язання) підприємство втрачає платоспроможність і змушене залучати додаткові кредитні ресурси або реалізовувати частину необоротних активів з наступним зменшенням прибутковості.

За агресивною моделлю довгострокові пасиви мають покривати необоротні активи та постійну частину оборотних. Поточні пасиви залучаються лише для покриття змінної частини оборотних активів, тобто постійна частина оборотних активів, яка складає більш 50% їх загального обсягу, фінансується за рахунок власного капіталу і довгострокових зобов'язань, а змінна частина – за рахунок короткострокових зобов'язань. З позицій ліквідності агресивна модель є менш ризикованою, але тільки для підприємств з ритмічним виробництвом.

Консервативна модель повністю виключає поточні пасиви із джерел фінансування активів, тобто оборотний капітал дорівнює робочому капіталу. Необоротні та вся сума оборотних активів фінансуються лише довгостроковими пасивами, що виключає ризик втрати підприємством ліквідності.

Компромісна модель передбачає використання поточних пасивів для фінансування половини змінної частини оборотних активів. Решта активів (необоротні, постійна частина оборотних та половина їх змінної частини) фінансується за рахунок довгострокових пасивів, що мінімізує ризик втрати підприємством ліквідності і не спричиняє зниження його прибутковості.

Вибір підприємством стратегії управління оборотними активами відбувається під впливом різноманітних зовнішніх та внутрішніх чинників. При цьому головними критеріями вибору оптимальної стратегії управління є показники прибутковості активів і ризику вкладення оборотного капіталу.

Обрані принципові підходи до формування оборотних активів підприємства (або тип політики їх формування), характеризуючи різні співвідношення рівня ефективності їх використання і ризику, визначають суму цих активів та їх рівень стосовно обсягу

операційної діяльності. В межах існуючих підходів кожне підприємство самостійно обирає свою стратегію і тактику управління оборотними активами та оборотним капіталом з позиції досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей фінансово-економічного розвитку підприємства, враховуючи галузеві особливості та дію різноманітних чинників.

На наш погляд, політика управління оборотними активами підприємства повинна ґрунтуватися на наукових підходах, забезпечувати пошук компромісу між зростанням прибутковості оборотних активів і ризиком вкладень оборотного капіталу та втрати ліквідності. Різні методи управління елементами оборотних активів впроваджуються у вітчизняну теорію та практику господарювання. Але через те, що цілі і характер використання окремих елементів оборотних активів мають значні особливості, на підприємстві з великим обсягом використання оборотних активів розробляється самостійна політика управління окремими їх елементами. Внаслідок цього управління в більшості випадків ведеться обмежено за основними видами: товарно-матеріальними запасами; дебіторською заборгованістю; грошовими активами.

Отже, становлення і розвиток ринкових відносин в економіці України, досвід зарубіжної системи господарювання свідчать про об'єктивно існуючу залежність результатів фінансово-господарської діяльності підприємств від ефективності управління процесами формування і використання їх фінансових ресурсів і, насамперед, оборотних активів.

З метою підвищення ефективності використання оборотних активів аграрних підприємств необхідно конкретизувати основні елементи політики управління оборотними активами шляхом теоретичного обґрунтування напрямків та способів реалізації політики управління оборотними активами. Кожен елемент оборотних активів, а саме – запаси, грошові кошти, дебіторська заборгованість, має свої особливості:

- управління запасами передбачає необхідність проведення розрахунку оптимальної партії поставки й середньодобового залишку матеріальних цінностей підприємства, потребує своєчасного проведення розрахунків з постачальниками матеріальних ресурсів, вимагає здійснення контролю за рухом та наявністю матеріальних цінностей;

- управління грошовими коштами має включати заходи щодо оптимізації середнього залишку коштів, застосування ефективних форм розрахунків із споживачами, забезпечення можливостей для своєчасних розрахунків підприємства з банками, бюджетом, персоналом;

- управління дебіторською заборгованістю потребує проведення аналізу динаміки її стану, питомої ваги, складу й структури, вимагає формування відповідної кредитної політики стосовно покупців продукції, визначає необхідність оцінки їх платоспроможності, передбачає проведення систематичного контролю дебіторів та розробку заходів щодо стимулювання погашення ними дебіторської заборгованості.

Висновки. Зазначені особливості обумовлюють складність та специфічність управління оборотними активами та мають враховуватися в процесі розробки та реалізації політики управління оборотними активами на підприємстві.

ГРОШОВІ ПОТОКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

М.В. КРИТ, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ТЕРНАВСЬКА І.Б.

Становлення в національній економіці ринкових механізмів господарювання зобов'язує фінансове управління відслідковувати не лише результати фінансового аналізу з позиції оцінки платоспроможності і ліквідності, прогнозування і планування цих показників у перспективі, але й досягати управління процесами руху грошових коштів, що безпосередньо впливає на спроможність підприємства вчасно розраховуватись за своїми зобов'язаннями і покривати витрати за рахунок коштів, що надійшли. Ритмічність руху грошових коштів за обсягами і в часі визначає фінансову стабільність і рівновагу підприємства і вимагає впровадження у систему фінансового менеджменту нового напрямку

фінансової політики – управління грошовими потоками підприємства.

Грошовий потік – це динамічний показник, що характеризує постійний рух грошових коштів в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, який пов'язаний з надходженням (вхідні грошові потоки) чи витрачанням (вихідні грошові потоки) грошових ресурсів підприємства. У результаті збалансування вхідних та вихідних грошових потоків утворюється чистий грошовий потік, що характеризує приріст чи зменшення грошових ресурсів і є результативним фактором діяльності підприємства.

Важливість вивчення грошових потоків обумовлюється тим, що вони обслуговують господарську діяльність підприємства в усіх її напрямках. Від якісного управління грошовими потоками залежить подальший розвиток підприємства та кінцевий результат його господарської діяльності.

Ефективне управління грошовими потоками дозволяє підприємству реалізувати стратегічні цілі його діяльності, забезпечити високий рівень оборотності капіталу, ритмічність діяльності, підвищити ступінь фінансової рівноваги та отримати додатковий прибуток, а також сприяє формуванню додаткових інвестиційних ресурсів для здійснення фінансових інвестицій.

Управління грошовими потоками підприємства є важливою складовою частиною загальної системи управління його фінансовою діяльністю. Воно дозволяє вирішувати різноманітні задачі фінансового менеджменту і підпорядковане його головній меті.

Підвищення ефективності управління грошовими потоками на підприємстві безпосередньо пов'язано з вирішенням завдань достовірності формування даних щодо руху грошових коштів на підприємстві, своєчасного забезпечення потреби в капіталі для фінансування поточних зобов'язань, попередження банкрутства суб'єкта господарювання. З метою підвищення ефективності управління грошовими потоками важливо приділити увагу налагодженню процедури обліку грошових коштів на підприємстві, що сприяє забезпеченню процесу відбору відповідних інформативних показників, які характеризують стан і рух грошових коштів та необхідні для здійснення контролю й аналізу, планування та підготовки ефективних управлінських рішень.

В умовах розвитку ринкових відносин та посилення конкуренції між господарюючими суб'єктами дедалі більшу роль починають відігравати показники грошових потоків, що витісняють традиційні підходи управління на основі показників прибутку. Показники грошових потоків швидше і надійніше реагують на розвиток кризових явищ в господарському механізмі та не залежать від умовностей облікової політики підприємства. Професійне управління грошовими потоками базується на ефективній системі управлінського обліку та є запорукою високої платоспроможності та фінансової стійкості підприємства.

На сучасному етапі розвитку підприємництва в Україні, що характеризується невизначеністю та мінливістю трансформаційних умов, зростає роль та значення стратегічного управління грошовими потоками, яке неможливо уявити без проведення стратегічного аналізу. Даний вид аналізу зорієнтований на комплексне дослідження позитивних та негативних чинників, які можуть вплинути на економічне становище підприємства у перспективі, виявлення концептуальних напрямів його функціонування та розвитку. Очевидно, що брак досвіду функціонування підприємств України в ринкових умовах, недостатнє вирішення проблеми управління їх грошовими потоками як в методологічному, так і в прикладному аспектах призводять до того, що у вітчизняній практиці аналіз руху коштів практично не береться до уваги. Це зумовлює ігнорування найбільш важливої – динамічної частини бізнесу і породжує низку серйозних проблем, пов'язаних з необґрунтованістю та хаотичністю управління і загостренням загальної проблеми неплатежів.

Ефективне управління грошовими потоками передбачає визначення базових положень щодо організації управління ними:

– грошові потоки не можуть виникати в результаті пасивної економічної поведінки підприємства;

- грошові потоки тісно пов'язують усі сфери діяльності підприємства – операційну, фінансову та інвестиційну;
- грошові потоки є невід'ємною складовою фінансового та операційного циклів, що вимагає узгодження фінансових рішень між усіма напрямками управління фінансами підприємства;
- управління грошовими потоками потребує відповідного інформаційного наповнення системи прийняття управлінських рішень;
- ефективність управління грошовими потоками оцінюється на основі чистого грошового потоку;
- управління грошовими потоками передбачає однозначність трактування прийнятих фінансових рішень, чіткість доведення їх до виконавців та забезпечення адекватного зворотного зв'язку – моніторингу, перегляду та корегування фінансових рішень.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ВИТРАТИ» ТА МЕТОДИ ЇХ ОБЛІКУ Й КАЛЬКУЛЮВАННЯ

**Т.О. КРУГЛОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент АНЩЕНКО Г.Ю.**

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств гнучкої політики управління та швидкого реагування на будь-які її зміни. Важливим питанням ефективного управління господарської діяльності є система обліку й контролю витрат. Величина витрат являє собою головний резерв підвищення прибутку підприємства. Залежно від системи обліку і калькулювання, витрати можуть мати доцільний характер та навпаки. Тому, питання удосконалення обліку витрат набуває все більшої актуальності.

У розробку теорії і практики обліку витрат і калькуляції собівартості продукції значний внесок зробили Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, В.М. Жук, Г.Г. Кірейцев, Ю.Я. Литвин, В.Г. Лінник, В.В. Сопко, Л.К. Сук, П.Т. Саблук, В.О. Шевчук, В.П. Ярмоленко та ін. Проте в теорії залишаються дискусійні положення щодо сутності глибинного змісту і порядку обліку витрат. Для одержання своєчасної й вірогідної інформації про витрати на виробництво слід раціонально організувати систему обліку прямих і непрямих виробничих витрат. Вона повинна забезпечити швидке одержання точних і об'єктивних даних про витрати за окремими підрозділами (цехами, відділками), за видами продукції, економічними елементами й статтями собівартості. Все вказує на необхідність пошуку раціональних підходів до побудови системи обліку витрат та підбору прийнятних методів їх обліку і калькулювання.

Аналіз публікацій вказав на відсутність єдиної думки серед спеціалістів і науковців щодо визначення методів обліку витрат на виробництво та калькулювання собівартості продукції. Досі в науковій літературі відображаються дослідження проблем взаємозв'язку методів обліку витрат на виробництво та калькулювання.

Важливо звернути увагу на те, що ні в офіційних документах, ні в спеціальній літературі, не вказано конкретного переліку методів обліку витрат і методів калькулювання, є лише рекомендації щодо їх використання підприємствами різних галузей економіки, які не обов'язкові до виконання. Різні вчені одні і ті ж методи відносять або до методів обліку витрат, або до методів калькулювання. Більшість авторів впродовж тривалого часу ці поняття навіть ототожнювали, що обумовлюється повною підлеглистю обліку витрат на виробництво меті калькулювання. Крім того, ці поняття мали однакове визначення. Зокрема, вони розглядалися як єдиний процес дослідження витрат на виробництво та реалізацію продукції підприємств певних типів з позицій вимірювання, контролю та визначення собівартості. Тобто, калькулювання собівартості кінцевого продукту підприємства визначається системою та організацією обліку витрат та є нерозривними.

Інші економісти зауважують, що методи обліку витрат виробництва і методи

калькулювання продукції є поняттями неоднозначними. Прихильники даного підходу вважають, що ці категорії варто розглядати відокремлено, оскільки вони виконують різні функції. Зокрема, метод обліку витрат з необхідною повнотою та деталізацією повинен характеризувати процес їх виникнення і порядок формування в конкретному виробничому процесі, а метод калькулювання – це сукупність способів аналітичного обліку витрат на виробництво за калькуляційними об'єктами та прийомів обчислення собівартості калькуляційних одиниць.

У вітчизняній та зарубіжній практиці фінансового та управлінського обліку утворились і використовуються більше десятка методів обліку витрат і калькулювання. У той же час несистематизоване викладення їх сутності не дає можливості чітко розібратися в особливостях кожного з них. Чинниками, що впливають на вибір того, чи іншого методу обліку витрат є: організаційна структура управління виробництвом; тип виробництва, його складність, характер технологічного процесу; номенклатура продукції, що випускається; тривалість виробничого циклу; наявність незавершеного виробництва.

Враховуючи це, підприємство самостійно обирає оптимальний метод, специфіка та особливості якого відображаються в послідовності процесів обліку витрат виробництва та формування собівартості готової продукції. Для нашої економіки традиційним є законодавчо регламентований склад витрат, які включаються у собівартість продукції. На даному підході базується податкова система. У зарубіжній практиці втручання до складу собівартості на державному рівні є неприйнятним, оскільки цей належить до комерційної таємниці та визначається винятково для внутрішніх потреб. З метою фіскальної політики держава допускає декілька варіантів розрахунку фінансового результату без визначення й оприлюднення у фінансовій звітності даних про собівартість продукції. Такий підхід вважається більш правильним і він не включає державного регламентування оцінки ресурсів як одного з основних методів об'єктивного визначення результатів господарської діяльності. Він вимагає розгляду предметної суті витрат із точки зору побудови бухгалтерського обліку для зовнішніх (фінансовий аспект) та внутрішніх (внутрішньогосподарський, управлінський аспект) потреб.

Зміст поняття «витрати» в бухгалтерському обліку пов'язане з визначенням фінансового результату – чистого прибутку або збитку за певний звітний період для складання фінансової звітності. Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати», витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені. Вони визначаються у тому періоді, в якому відбувається визнання доходу, для отримання якого вони здійснені. Витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені. Кожне підприємство, яке має статус юридичної особи, має адміністративну самостійність, займається підприємницькою діяльністю повинно вести бухгалтерський облік фінансових (економіко-правових) характеристик своєї діяльності та складати фінансову звітність і подавати її у передбачені законом органи.

Основна мета обліку витрат – визначення собівартості продукції, контроль за її формуванням, управління витратами та на їх основі – доходами. Собівартість характеризує усі сторони виробничої діяльності господарської ланки. Управління витратами й собівартістю є важливим елементом управління господарством.

Таким чином, процес виробництва необхідно одночасно розглядати в двох аспектах: як процес створення нового продукту; так і процес виробничого споживання. Кожен аспект процесу виробництва виступає як самостійний об'єкт розгляду. В самостійності кожного проявляється їх протилежність і як результат, індивідуальність. Вважаємо, що ототожнення категорій «методи обліку» та «методи калькулювання» є помилковим. При тлумаченні сутності поняття «витрати» необхідно виходити із їх глибинної сутності. Під витратами слід розуміти грошову оцінку вартості матеріальних, трудових, фінансових, природних, інформаційних та інших видів ресурсів на виробництво та реалізацію продукції за певний

період. Тому витрати характеризуються: грошовою оцінкою ресурсів; цільовою установкою; періодом часу, за яким витрати відносяться на продукцію. Грошовий вираз суми витрат на виробництво конкретного продукту визначає поняття «собівартість». З метою надання рівних умов господарювання всім суб'єктам ринку від державних структур вимагається визначення єдиних правил ведення та дотримання єдиних принципів побудови та організації бухгалтерського обліку витрат.

ІПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Т.В. КУБКО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: ст. викладач ГАЙДАЙ В.І.**

Незважаючи на те, що відносини іпотеки в Україні виникли ще у XVII столітті, а система іпотечного кредитування започаткувала своє функціонування з початком створення відповідної законодавчої бази, зокрема, прийняттям Закону України «Про іпотеку», «Про іпотечне кредитування, операції з консолідованим іпотечним боргом та іпотечні сертифікати», «Про заставу», проте досі спостерігається стриманий розвиток ринку іпотечного кредитування в Україні.

Питанням визначення проблем та перспектив розвитку іпотечного кредитування займалось багато вітчизняних та зарубіжних дослідників. Зокрема, А. Д. Бухаревич, В. Кудрявцев, Т.П. Каблук, М.Я. Дем'яненко, М.М. Федорова, О.І. Костюкевич, Я.М. Шалімова, С. Волкова, О.В. Жук, Н. Грищук, О.П. Ніверська, І.В. Пастернак, О.Т. Євтух, О.О. Холява та багато інших. Але на сьогодні ще залишаються недостатньо вивченими питання щодо перспектив розвитку іпотечного кредитування.

У Законі України «Про іпотеку» визначено, що: «іпотека – вид забезпечення виконання зобов'язання нерухомим майном, що залишається у володінні і користуванні іпотекодавця, згідно з яким іпотекодержатель має право в разі невиконання боржником забезпеченого іпотекою зобов'язання одержати задоволення своїх вимог за рахунок предмета іпотеки переважно перед іншими кредиторами цього боржника у порядку, встановленому Законом».

В Україні станом на іпотечному ринку працюють близько 90 банків. Основними лідерами є: ВАТ «Райффайзен Банк Аваль», АКБ «Укрсоцбанк», АКБ «УкрСиббанк», ЗАТ «Комерційний Банк ПриватБанк» та ВАТ «ВіЕйБі Банк». Склад лідерів іпотечного ринку залишається незмінним: 1 місце – Укрсиббанк 16,43%, 2 місце – Укрсоцбанк 12,22%, 3 місце – ОТП банк 11,43%, 4 місце – Райффайзен Банк Аваль 11,01%, 5 місце – Приватбанк 5,82%.

На рис.1 зображена динаміка частки іпотечних кредитів у кредитному портфелі українських банків. Після збільшення обсягів іпотечних кредитів у 2010 р. внаслідок переоцінки їхньої валютної складової, у 2011 р. та 2012 р. мало місце зменшення частки іпотечних кредитів у кредитних портфелях банків. Так, наприклад, із 1.01.2010 р. по 1.01.2012 р. частка іпотеки в загальному кредитному портфелі банків скоротилася з 18,4 до 12,1%.

Основними проблемами іпотечного кредитування в Україні є:

- 1) відсутність гарантійних фондів іпотечного страхування
- 2) нерозвиненість інфраструктури ринку житла і житлового будівництва;
- 3) недосконалість правової бази, які полягають, зокрема, у недіючому реєстрі іпотек, недосконалому законодавчому регулюванні процедур звернення щодо стягнення на предмети іпотеки, які підвищують ризикованість іпотечних угод.
- 4) недовіра населення до українських банків та побоювання щодо втрати свого житла у разі банкрутства банку-кредитора;
- 5) низька ефективність ринку житлового будівництва;
- 6) неспроможність банківської системи працювати за міжнародними схемами реінвестування.

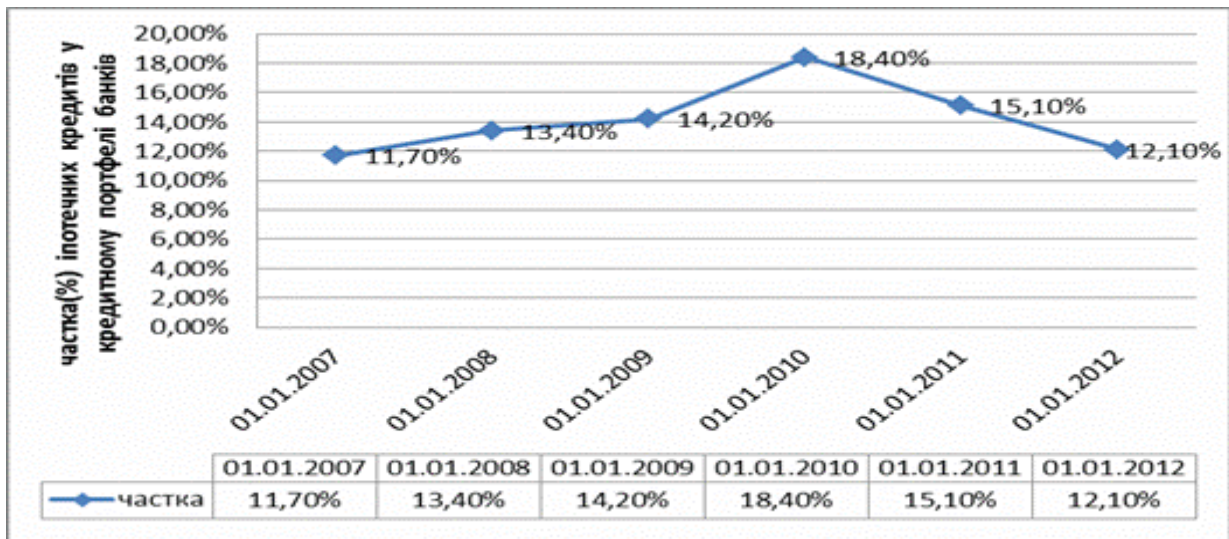


Рис.1. Динаміка частки іпотечних кредитів у кредитному портфелі українських банків за період 1.01.2007-1.01.2012 рр.

Для розвитку іпотечного кредитування необхідно: запровадити однакові механізми оподаткування коштів, що їх вкладають у цінні папери й на банківські депозити; максимально спростити процедури видачі кредитів; врегулювати процедури кредитування в іноземній валюті; забезпечити формування банками підвищених резервів; здійснити заходи, які б відновили довіру населення до ринку житла та сформували попит у цій сфері; знизити відсоткові ставки за кредитами; створити систему мобілізації вільних фінансових ресурсів та пошуку інвесторів.

Висновки. Передумовами подальшого розвитку іпотечного кредитування як форми залучення фінансових ресурсів є те, що активізація процесу іпотечного кредитування дозволить вирішити цілий ряд соціально-економічних проблем країни. По-перше, забезпечить розвиток довгострокового житлового будівництва. По-друге, вирішить проблему кредитування підприємств агропромислового комплексу. По-третє, сприятиме реформуванню економіки держави загалом.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

**М.М. КУДРЯВЦЕВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ТЕРНАВСЬКА І.Б.**

В умовах ринку для забезпечення економічного розвитку підприємства змушені постійно контролювати і підвищувати економічну ефективність своєї діяльності. Поняття ефективності як економічної категорії достатньо досліджувалось у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі, проте до цього часу немає однозначного чіткого трактування економічної сутності даної категорії та єдиних критеріїв, за якими вона може бути оцінена кількісно і якісно. Значною мірою це пояснюється складністю і багатогранністю категорії ефективності. 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.

Результати аналізу літературних джерел засвідчили, що термін «ефективність» уперше було введено в обіг економістами, тобто спочатку він виник в економічній сфері, проте з огляду на багатогранність прояву цієї категорії, що зумовлено двома основними причинами: існуванням багатьох видів ефекту й значною різноманітністю витрат (ресурсів), що

спричиняють їх виникнення, термін «ефективність» в теоретико-методологічному плані став загальнонауковим поняттям, яке широко використовується не тільки в суспільних науках, а й природничих – біології, хімії, фізиці та ін.

Від розуміння категорії ефективності залежить правильність побудови системи ефективності виробництва. Тому багато праць вітчизняні та зарубіжні вчені присвятили поняттю ефективності. В системі економічних категорій ефективність виробництва відіграє синтезуючу роль. Як відмічає В.А. Медведев, «... ні одна з економічних категорій більш конкретного порядку не може бути повністю розкрита без врахування її зв'язку з економічною ефективністю виробництва».

Розглянемо деякі підходи економістів до визначення суті ефективності. На думку В. Нелепа, ефективність сільськогосподарського виробництва виражається в усесторонньому використанні всіх факторів виробництва – земельних і трудових ресурсів, матеріально-технічних засобів. У наукових доробках Г. Тарасенка та В. Кулішова поняття «ефективність» характеризує співвідношення результатів та витрат.

Поділяємо думку П. Руснака, який вважає, що ефективність виробництва є складною узагальнюючою економічною категорією, в якій відображається дія об'єктивних економічних законів і висвітлюється одна з найважливіших сторін суспільного виробництва – результативність. Економічна ефективність показує кінцевий результат від застосування всіх виробничих ресурсів й визначається порівнянням одержаних результатів і витрат виробничих ресурсів.

Подібної думки О. Слюсаренко та Д. Огородніков, які доводять, що економічна ефективність – найважливіший показник результативності діяльності підприємства, який являє собою зіставлення результатів цієї діяльності з витратами на її здійснення і визначається відношенням результатів до витрат.

Привертає увагу дослідження Н. Ю. Анісімової, яка переконана, що тлумачення ефективності все більше набуває рис синергізму, виражаючи комбіновану дію сукупності тих чи інших інновацій на фінансово-економічний стан господарюючого суб'єкта, коли загальний ефект перевищує суму результатів дії на виробництво (діяльність) кожної інновації окремо.

Р. М. Шелудько розглядає ефективність як соціально-економічну категорію, яка охоплює всі стадії відтворювального процесу – виробництво, розподіл, обмін та споживання. Учений В. В. Прядко вважає загально визнаним тлумачення ефективності як досягнення максимально корисного кінцевого результату при мінімізації витрат (ресурсів), що зумовили цей результат.

Узагальнюючи викладений матеріал зазначимо, що в аграрній економічній літературі ефективність трактується по-різному. Проте всі підходи в більшій чи меншій мірі сходяться на тому, що сутність ефективності полягає не просто в співвідношенні ефекту з витраченими на його створення ресурсами, а досягнення максимального ефекту за мінімальних витрат ресурсів. Але, як свідчить теорія та практика, така концептуальна установка потребує уточнення.

Справа в тому, що досягти максимального ефекту за мінімуму витрат, особливо в аграрному виробництві через дію закону спадної дохідності практично неможливо. Про це, зокрема свідчать дослідження теоретико-методологічних аспектів дії закону спадної віддачі Д. В. Шияна і професорів В. Андрійчука та Л. Бауера. З огляду на викладене звернемо увагу на наступне.

Очевидно, що в практичній діяльності, коли ресурси, як правило, завжди обмежені, ефективність доцільно оцінювати з погляду реалізації цілей і зусиль, що вкладені в їхнє досягнення, в контексті одержання максимального ефекту при заданих ресурсах або ж досягнення заданого ефекту при мінімальних витратах на це ресурсів. Проте інколи в процесі практичної діяльності можливий достатній рівень забезпеченості ресурсами, тому в даному випадку коректно ставити завдання досягнення максимального ефекту в контексті визначення економічно доцільного рівня витрачання ресурсу на основі співставлення граничної вартості ресурсу та вартості граничного продукту

Отже, поняття «ефективність» на сучасному етапі слід розглядати не лише як досягнення максимального ефекту за мінімальних витрат ресурсів, і тим більше, не як просто співвідношення ефекту з витраченими на його створення ресурсами, а як одержання максимальної величини ефекту при заданій величині витрат ресурсів або ж як одержання заданої величини ефекту при мінімальній величині витрат ресурсів. Ефективність – це економічна категорія, що представляє собою сукупність економічних відносин з приводу відношення ефекту до витрат ресурсів понесених на його отримання в таких аспектах:

- 1) максимальна величина ефекту при заданій величині витрат ресурсів;
- 2) задана величина ефекту при мінімальній величині витрат ресурсів.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Я.А. КУЛИК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЖАРУН О.В.**

На всіх етапах розвитку сільського господарства одним із основних напрямів є виробництво продукції рослинництва, а обґрунтування заходів щодо його стабілізації і підвищення ефективності – загальнодержавне завдання.

Актуальність проблеми ефективності сільськогосподарського виробництва, зокрема галузі рослинництва, за сучасних умов виходить на перше місце серед інших важливих проблем аграрно-промислового сектору. Вирішення цієї проблеми є запорукою формування реального добробуту населення країни, підвищення її продовольчої безпеки.

Виробництво рослинницької продукції є постійною задачею всіх господарюючих суб'єктів аграрного сектору та спрямоване на забезпечення продовольчої безпеки держави та окремих регіонів. Ефективність розвитку рослинництва формується під впливом багатьох чинників, зокрема ґрунтово-кліматичних, технологічних, біологічних та інших, що ускладнює пошук додаткових можливостей для її підвищення.

Важливим показником економічної ефективності сільськогосподарського виробництва є собівартість продукції. Зниження собівартості – одна з перших та актуальних задач будь-якого виробництва, кожної галузі, підприємства. Від рівня собівартості продукції залежить сума прибутку і рівень рентабельності, фінансовий стан підприємства і його платоспроможність, темп розширеного виробництва, рівень цін на сільськогосподарську продукцію.

Особливу актуальність проблема зниження собівартості має на сучасному етапі. Пошук резервів її зниження допомагає багатьом підприємствам збільшити свою конкурентоспроможність, уникнути банкрутства і вижити в умовах ринкової економіки.

Собівартість основних видів продукції рослинництва у сільськогосподарських підприємствах Маньківського району Черкаської області подано в табл. 1.

Виробнича собівартість більшості видів сільськогосподарських культур значно підвищилась у порівнянні з попередніми роками, тоді як спостерігається така ж загальна тенденція до зростання собівартості продукції рослинництва протягом досліджуваного періоду.

Найнижчий показник собівартості зерна був у 2011 р. – 97,42 грн. Витрати на виробництво 1ц насіння соняшника зросли на 59,38 грн (56,3%) у порівнянні з початком досліджуваного періоду. Виробництво насіння ріпаку у 2011 р. було витратнішим, ніж у попередніх періодах. Так, його собівартість становила 151,7% до рівня 2009 р.

Собівартість інших культур залишалась на середньому рівня протягом останніх трьох років з відчутною тенденцією до зростання, що пояснюється значними інфляційними процесами та диспаритетом цін на промислову і сільськогосподарську продукцію. В 2011 р. собівартість значно зросла, по деяких культурах у декілька разів (цукрові буряки, плоди).

1. Динаміка виробничої собівартості 1 ц продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Маньківського району Черкаської області, грн

Продукція	2009р.	2010р.	2011р.	2011р. до 2009р. (+, -)
Зерно	56,74	71,52	97,42	40,68
Соняшник	105,55	132,83	164,93	59,38
Соя	115,70	136,13	188,30	72,6
Ріпак озимий	164,88	162,66	250,08	85,2
Цукрові буряки	13,09	23,88	55,02	41,93
Плоди	15,29	117,65	109,46	94,17
Овочі	-	-	73,66	x

Одним із шляхів зниження собівартості продукції рослинництва є підвищення продуктивності праці на основі випровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва, широкого використання прогресивних форм організації і оплати праці. Збільшення продуктивності праці повинно бути більшим збільшення заробітної плати, це забезпечує зниження собівартості. Важливим резервом зниження собівартості є інтенсивне використання машинно-тракторного парку, сільськогосподарських машин, знарядь і механізмів, транспортних та інших засобів праці. За цих умов зменшуються витрати з розрахунку на одиницю виконаних робіт, що сприяє зменшенню собівартості продукції.

З підвищенням рівня механізації скорочуються затрати праці на одиницю продукції, що сприяє зменшенню витрат на її оплату і зниженню собівартості сільськогосподарської продукції. Оскільки оплата праці є однією з основних статей витрат у собівартості продукції, підвищення продуктивності праці має важливе значення для її зниження. При цьому собівартість продукції зменшується лише тоді, коли економія коштів на оплату праці перевищує зростання амортизаційних відрахувань і витрат на поточний ремонт засобів механізації, які впроваджуються у виробництво.

АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

**І.І. КУЛИНИЧ, студ. ІV курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач ТЕЛИЧКАНЬ В.В.**

Вступ. Тема статті зумовлена необхідністю наукових розробок щодо методики побудови інформаційних систем (ІС), головним завданням яких є забезпечення сучасної інфраструктури для проведення наукових досліджень з метою підвищення їхньої ефективності, координації та організації. Цей напрям відповідає актуальному для України завданню формування сучасного інформаційного суспільства.

Тому для проведення аналізу системи організації наукових досліджень в та формулювання вимог до організаційного, методичного, функціонального, програмно-технічного, технологічного забезпечення інформаційної системи використовуються як парадигми комп'ютерної науки (теорія та проектування), так і моделі організаційних систем освіти та принципи і методи проектування системи електронного документообігу. Якщо розглядати теорію комп'ютерної науки, то для проведення дослідження важливим було використання наукового апарату таких дисциплін як системна інженерія (Systems Engineering), тобто методи та принципи побудови систем обробки інформації, та програмна інженерія (Software Engineering), а саме методи проектування програмних і інформаційних систем для виконання на комп'ютерах. Парадигма проектування означає конструювання комп'ютерних систем для забезпечення автоматизації робіт у різних організаціях і доменах і включає такі загальні кроки для реалізації заданої проблеми:

- опис вимог;
- опис специфікацій системи;
- проектування і виконання системи;
- тестування й оцінка надійності системи.

Методика та результати досліджень. ІС ґрунтується на організації наукових досліджень в результаті яких буде створено інформаційно-технологічну базу для забезпечення та формування і актуалізації інформаційного ресурсу, доступного усім суб'єктам наукових досліджень в мережі Інтернет. Така система дозволить науковим закладам мати доступ до єдиної бази даних та використовувати нормативно-правову базу, шаблони, інтелектуальні інтерфейси, функції і сервіси згідно визначеної політики прав і повноважень.

Вибір конкретної проблемної області ІС, ґрунтується на засадах організації наукових досліджень, згідно яким планування є першим етапом їхнього виконання. Тому дослідження щодо науково-методичного засад забезпечення ІС розглядається як перший етап інформатизації наукових досліджень, в результаті якого буде створено інформаційно-технологічну базу для наступних етапів та введено в дію конкретну ІС із забезпеченням формування і актуалізації інформаційного ресурсу, доступного усім суб'єктам процесу планування наукових досліджень в мережі Інтернет.

Побудова систем подібного класу дозволить здійснити перехід від паперового або частково автоматизованого планування наукових досліджень до електронного. Актуальність останнього підтверджується тим, що в Україні на державному рівні вже існує нормативна база та регламентована структура електронних документів і порядок їхньої обробки. Оскільки в наукових закладах АПН України зазначена проблема, ще не вирішувалася, то виконання наукового дослідження щодо визначення методики і технології побудови ІС матиме практичні наслідки по реалізації державної політики у запровадженні інформаційних технологій в управління освітою.

Введення в дію даної ІС значно підвищить рівень використання засобів ІКТ в повсякденній практиці та технологічну культуру в організації і проведенні досліджень керівниками, виконавцями наукових установ. Завдяки єдиній базі даних і інтелектуальному інтерфейсу підтримки процесу організації наукових досліджень в ІС буде підвищуватися якість та ефективність планування, скоротиться тривалість технічної підготовки і обробки документів, що дасть змогу раціональнішого використання трудових ресурсів в організації і здійсненні наукових досліджень.

ІС з одного боку належить до класу об'єктів комп'ютерної науки (Computer Science) [1], а з іншого – являє систему освіти, об'єкти і функції якої визначаються процесами організації наукових досліджень. Головним інформаційним ІС є документ, тому рівень складності інформаційної бази такої системи визначається кількістю окремих документів, їхніх масивів різного рівня, структурою, організацією та формою подання. Це дає підстави стверджувати, що дана ІС належить до класу інформаційних систем, які сьогодні визначаються як системи електронного документообігу.

Якщо характеризувати ІС як об'єкт наукового дослідження, то визначальними є структура, що включає досить стандартизовані на теперішній час компоненти, і функції, частина яких є типовими для будь-якої ІС, а інша – реалізує специфічні задачі визначеної предметної області у конкретній ІС. З іншого боку, ІС забезпечуючи різні інформаційні процеси, являє собою не ізольований пасивний і незмінний артефакт, а це об'єкт, який активно взаємодіє з людиною, і через який люди взаємодіють між собою та реалізують спільну діяльність. Тому важливо в процесі наукового дослідження використовувати перелік таких фундаментальних категорій, що враховують ці особливості ІС.

Висновки. В результаті дослідження, представленого у статті, визначено концепцію, принципи, методи та моделі для побудови інформаційної системи, тобто сформовано теоретичну базу для проектування цієї системи. Перспективи подальших фаз дослідження полягають у перевірці на практиці його теоретичних положень в процесі розробки конкретної інформаційної системи з подальшим уточненням й коригуванням за результатами проектування і роботи з ІС.

Список використаних джерел:

1. Задорожна Н.Т., Лавріщева К.М. Менеджмент документообігу в інформаційних системах освіти (для ВНЗ і ППО): Навч. – метод. посіб. – К.: КП Видавництво «Педагогічна думка», 2010. – 227 с.
2. Глушков В.М. Основы безбумажной информатики. – М.: Наука. Главная редакция физико-математической литературы, 2009. – 552 с.
3. Лавріщева Е.М. Методы программирования. Теория, инженерия, практика. – К.: Наукова думка, 2011. – 451с.

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ

**Д.І. КУПРІЯНЕЦЬ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ГУЗАР Б.С.**

На сьогодні існують розбіжності у визначенні сутності поняття «фінансовий стан підприємства», що спричиняє неоднозначність у здійсненні його оцінки на підприємствах.

Науковцями запропоновано таке трактування цього поняття: «фінансовий стан підприємства – це сутнісна характеристика діяльності підприємства, що визначає реальну та потенційну можливість забезпечувати достатній рівень фінансування фінансово-господарської діяльності та здатності ефективно здійснювати її у майбутньому».

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємств, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

На думку вчених А.Г. Загороднього, Г.Л. Вознюка фінансовий стан – це стан економічного суб'єкта, що характеризується наявністю фінансових ресурсів, забезпеченістю коштами, необхідними для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами. Дане визначення обмежується лише наявністю фінансових ресурсів, здійснення грошових розрахунків указує тільки на рух грошових коштів у процесі господарської діяльності.

Учені Н.А. Русак, В.А. Русак розширюють сутність поняття фінансового стану підприємства і зазначають, що фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормальної виробничої, комерційної та інших видів діяльності, доцільністю й ефективністю їх розміщення та використання, фінансовими відносинами з іншими суб'єктами господарювання, платоспроможністю та фінансовою стійкістю.

Аналізуючи точки зору науковців щодо сутності фінансового стану підприємства як статичного та динамічного поняття, необхідно зазначити, що його сутність проявляється як у статиці, тобто на певний момент часу, так і в динаміці, тобто в характеристиці діяльності підприємства у визначеному періоді. Пошук резервів, які можуть бути використані для покращення фінансового стану підприємства, проводиться шляхом ґрунтовного аналізу всіх складових його діяльності. Зміцнення фінансового стану підприємства можливе за рахунок збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків.

Скорочення вихідних грошових потоків можливе за рахунок: зниження витрат, які відносяться на собівартість продукції; зниження витрат, які покриваюся за рахунок прибутку.

Також одним із важливих шляхів зміцнення фінансового стану є мобілізація внутрішніх резервів. Це: проведення реструктуризації активів; заходів, пов'язаних зі зміною структури та складу активів балансу; перетворення в грошову форму наявних матеріальних та фінансових активів.

Проаналізувавши різні точки зору, необхідно окреслити концептуальні основи цього поняття: а) фінансовий стан – результат фінансово-господарської діяльності підприємства; б) фінансовий стан – поняття, сутність якого проявляється як у статиці (на певний момент

часу), так і в динаміці (у визначеному періоді); в) фінансовий стан – поняття, що характеризується різними складовими елементами, а не лише платоспроможністю та фінансовою стійкістю; г) фінансовий стан – міра забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами й ступінь раціональності їх розміщення.

Оздоровлення фінансового стану можливе шляхом підвищення результативності розміщення та використання всіх ресурсів.

В умовах 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 і фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності. Фінансовий стан підприємства характеризується сукупністю показників оцінювання. Обґрунтованість та дієвість управлінських рішень на мікро- та макрорівнях значною мірою залежить від результатів оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання, зміст якої виходить за межі обчислення окремих коефіцієнтів і передбачає вивчення комплексу показників, які відображають різні аспекти їхньої діяльності.

З цією метою необхідно проводити аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання, розрахувавши рентабельність та поріг рентабельності, а також деякі коефіцієнти в три етапи.

Перш за все доцільно провести аналіз доходів та витрат, які отримує і несе підприємство в процесі свого функціонування, а також розподілу чистого прибутку підприємства. Другим етапом аналізу має бути аналіз формування та надходження коштів та напрями їх використання. Третій етап пов'язаний з аналізом доходів від участі в капіталі та фінансових доходах господарюючого суб'єкта, отриманих в результаті їх господарської діяльності.

Висновки. Загальна оцінка ефективності управління підприємством і використання його активів проводиться за сукупністю коефіцієнтів, які характеризують прибутковість активів, майновий стан, платоспроможність і ліквідність підприємства.

Проведення всебічного і об'єктивного комплексного аналізу фінансової діяльності дає можливість виявляти резерви та досягати ефективних результатів діяльності й розвитку виробництва в ринковому середовищі, зміцнювати та оздоровлювати фінансовий стан.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ УМОВИ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ БАЛТСЬКОГО РАЙОНУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**С.В. КУРУЧ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕСТЕРЧУК Ю.О.**

У розв'язанні проблем збільшення виробництва м'яса надзвичайно велике значення має свинарство. Основною продукцією свинарства є м'ясо і сало. Свинину використовують у свіжому вигляді як висококалорійний продукт харчування населення, а також як сировину для виробництва бекону, шинки, ковбас, сосисок і різних консервів. Шкури, щетину та інші відходи від забою свиней використовують як сировину для легкої промисловості. Вихід м'яса і сала при забої свиней досить високий і становить 70-80% живої маси.

У м'ясному балансі України свинина займає друге місце після яловичини (близько 34%), а у світовому виробництві м'яса частка її становить майже 40%. У більшості країн Європи питома вага свинини досягає 50%, а в Данії, Угорщині та Китаї – 80%, що свідчить про важливу роль свинарства в організації раціонального харчування населення.

Такі біологічні особливості свиней, як висока плодючість, короткий ембріональний період розвитку, швидкість, всеїдність, добра окупність кормів, зумовлюють значні економічні переваги свинарства. Свині здатні народжувати 10-12 поросят за опорос, досягати живої маси 100 кг за шість-сім місяців з витратою на 1 кг приросту до 4 кг корму. Від свиноматки можна одержати за рік 2,0-2,5 т свинини забійною масою до 70% живої маси.

Нині особливої актуальності набуває проблема правильного визначення економічної ефективності виробництва свинини за допомогою критеріїв та економічних показників. Значний вклад у дослідження цієї проблеми внесли такі вітчизняні та зарубіжні вчені і науковці, як Бойко В.І., Бугуцький О.А., Гайдучий П.І., Зимовець В.Н., Касьянова Л.І., Колузанова К.В., Макаркіна А.П., Мертенс В.П., Почерняєва Ф.К., Рибалко В.П., Руснак П.П., Саблук П.Т., Семиусова П.М., Семенда Д.К., Топіха І.Н., Трегобчук В.М., Шпичак О.М. та інші.

Проте недостатньо дослідженими залишаються організаційно-економічні важелі підвищення ефективності виробництва свинини в умовах переходу до ринкової економіки, зокрема, вплив спеціалізації та концентрації, порівняльна оцінка ефективності виробництва за організаційно-правовими формами господарювання та господарств населення, застосування промислових і традиційних технологій ведення свинарства, недосконалість економічного механізму на макро- та мікрорівнях.

Економічна ефективність галузі визначається, з одного боку, плодючістю свиноматок і продуктивністю молодняку, а з другого, трудомісткістю і кормомісткістю продукції, продуктивністю праці, виробничою собівартістю 1 ц живої маси свиней та закупівельними цінами на них, рівнем рентабельності виробництва. Показники економічної ефективності виробництва м'яса свинини у господарствах Балтського району наведено у таблиці.

Проаналізувавши таблицю 1 можна зробити наступний висновок, що виробництво свинини в сільськогосподарських підприємствах Балтського району збиткове. Це пояснюється низькими середньодобовими приростами 1 голови свиней на відгодівлі. В середньому за 5 років добовий приріст становив витрачається 3-4 ц. к. од. на 1 ц приросту, а в підприємствах району 16-18 ц. к. од. Тому собівартість висока і має тенденцію до збільшення, а ціна не відшкодовує цих витрат. 166 г, а в 2008 р. – 94 г. У кращих підприємствах України середньодобові прирости становлять 600-700 г, при таких середньодобових приростах

Отже, для покращення виробництва свинини у досліджуваному районі потрібно зменшувати собівартість виробленої продукції, зміцнювати кормову базу відгодівлі свиней, підвищення рівня використання свиноматок і продуктивності молодняку на відгодівлі, адже від кількості і якості поросят, яких одержують від однієї свиноматки, залежить обсяг виробництва свинини і рівень її собівартості, а також поглиблення спеціалізації і концентрації галузі.

1. Економічна ефективність виробництва м'яса свинини у господарствах Балтського району Одеської області

Показник	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2011р. до 2007 р., (+,-)
Середньорічне поголів'я, голів	1380	573	3436	4446	3261	1881
Середньодобовий приріст 1 голови свиней, г	198,5	94,2	130,85	168,91	243,14	44,61
Валове виробництво, ц	1000	197	1641	2741	2894	1894
Рівень товарності, %	81,2	243,65	90,62	72,28	104,56	23,36 в.п.
Повна собівартість 1 ц живої маси свиней, грн	1243,84	1129,17	2340,96	1568,91	2360,54	1117
Ціна реалізації 1ц живої маси, грн	549,26	885,42	1429,1	1025,24	1838,73	1289
Прибуток (збиток) на 1 ц живої маси, грн	-694,58	-243,75	-911,9	-543,67	-521,81	172,8
Прибуток (збиток) на 1 голову, грн	-408,69	-204,19	-394,65	-242,24	-484,21	-75,5
Рівень рентабельності (збитковості), %	-55,84	-21,59	-38,95	-34,65	-22,11	33,74 в.п.

Важливим напрямом підвищення ефективності свинарства є вдосконалення племінних і продуктивних якостей свиней. У більшості господарств району найпродуктивнішими є свині білої великої породи.

АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ АУДИТУ

**А.М. КУЦ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент ОЛЯДНІЧУК Н.В.**

Сучасні реалії України свідчать про наростаючу кризу неплатежів між підприємствами, із-за чого відбувається прострочення платежів. Це змушує здійснювати пошук додаткових шляхів підвищення конкурентоспроможності на ринку товарів, робіт, послуг, одним з яких виступає дебіторська заборгованість, яка є однією із найвагоміших складових оборотних активів підприємств. Тому, для ефективного функціонування підприємства постає необхідність організації достовірного облікового відображення та аналізу дебіторської заборгованості, що є запорукою отримання об'єктивної інформації для прийняття обґрунтованих рішень.

В економічній літературі розкриваються лише загальні підходи щодо організації аналізу та аудиту дебіторської заборгованості. Актуальність теми обумовлена тим що проблема дослідження аналізу дебіторської заборгованості в ході проведення аудиту відноситься до числа найменш розроблених.

Дослідженню проблем пов'язаних з аудитом дебіторської заборгованості значну увагу приділено рядом дослідників: Данилевський Ю.А., Ковальов В.В., Кулаковська Л.П, Подольський В.І., Усач Б. Ф., інші. Але питання стосовно аналізу дебіторської заборгованості в ході проведення аудиту залишаються не розглянутими в повному обсязі та потребують подальшого дослідження.

Аналіз дебіторської заборгованості проводиться з метою виявлення розмірів і динаміки не виправданої заборгованості, причин її виникнення або росту. Аналіз складу дебіторської заборгованості починають із загальної оцінки динаміки її розміру загалом і в розрізі статей. На цьому етапі встановлюють, чи не має в складі дебіторської заборгованості сум, нереальних для стягнення, чи таких, за якими минув термін позовної давнини. Якщо такі є, то слід терміново вжити заходів щодо їх усунення.

Завдання аналізу дебіторської заборгованості полягають також у тому, щоб виявити розміри і динаміку не виправданої заборгованості, причини її виникнення або зростання.

Метою дослідження є в розробка й обґрунтування практичних рекомендацій щодо удосконалення аналізу та підвищення ефективності аудиту дебіторської заборгованості.

При обов'язковому аудиті метою аудиту дебіторської заборгованості є перевірка законності виникнення дебіторської заборгованості правильності організації бухгалтерського обліку розрахунків і відображення їх у звітності підприємства.

Дебіторська заборгованість є важливим об'єктом аудиту, головне призначення якого полягає в установленні достовірності її даних. Аудит як нова сфера наукових знань гостро потребує подальшої розробки теоретичних й особливо практичних питань.

Для отримання повної та цілісної характеристики дебіторської заборгованості на підприємстві, у ході її аналізу можна застосувати метод, запропонований Ковальовим В.В. Автор приводить загальну схему аудиту та аналізу дебіторської заборгованості, зокрема, де задається критичний рівень дебіторської заборгованості. Усі розрахункові документи які мають відношення до заборгованості, піддаються перевірці в обов'язковому порядку.

Для проведення контрольної вибірки документів застосовуються різноманітні методи. Одним із найбільш розповсюджених є процентний тест (так при $n = 10\%$ перевіряють кожний десятий документ, який відбирається за будь-якою ознакою). Далі аудитором перевіряється реальність сум дебіторської заборгованості у відібраних розрахункових документах. На заключному етапі аудитором оцінюється суттєвість виявлених помилок.

Унаслідок розмаїття і широти завдань, які постають перед аудитором при перевірці, аналіз дебіторської заборгованості ускладнюється, і це дає додаткові можливості удосконалити його організацію. З метою мінімізації затрат на аудит і підвищення його результативності доцільно виділити такі етапи проведення аналізу дебіторської заборгованості: підготовчий, проміжний, етап фізичної перевірки, основний (етап аудиту окремих статей звітності), підсумковий етап (рис. 1).

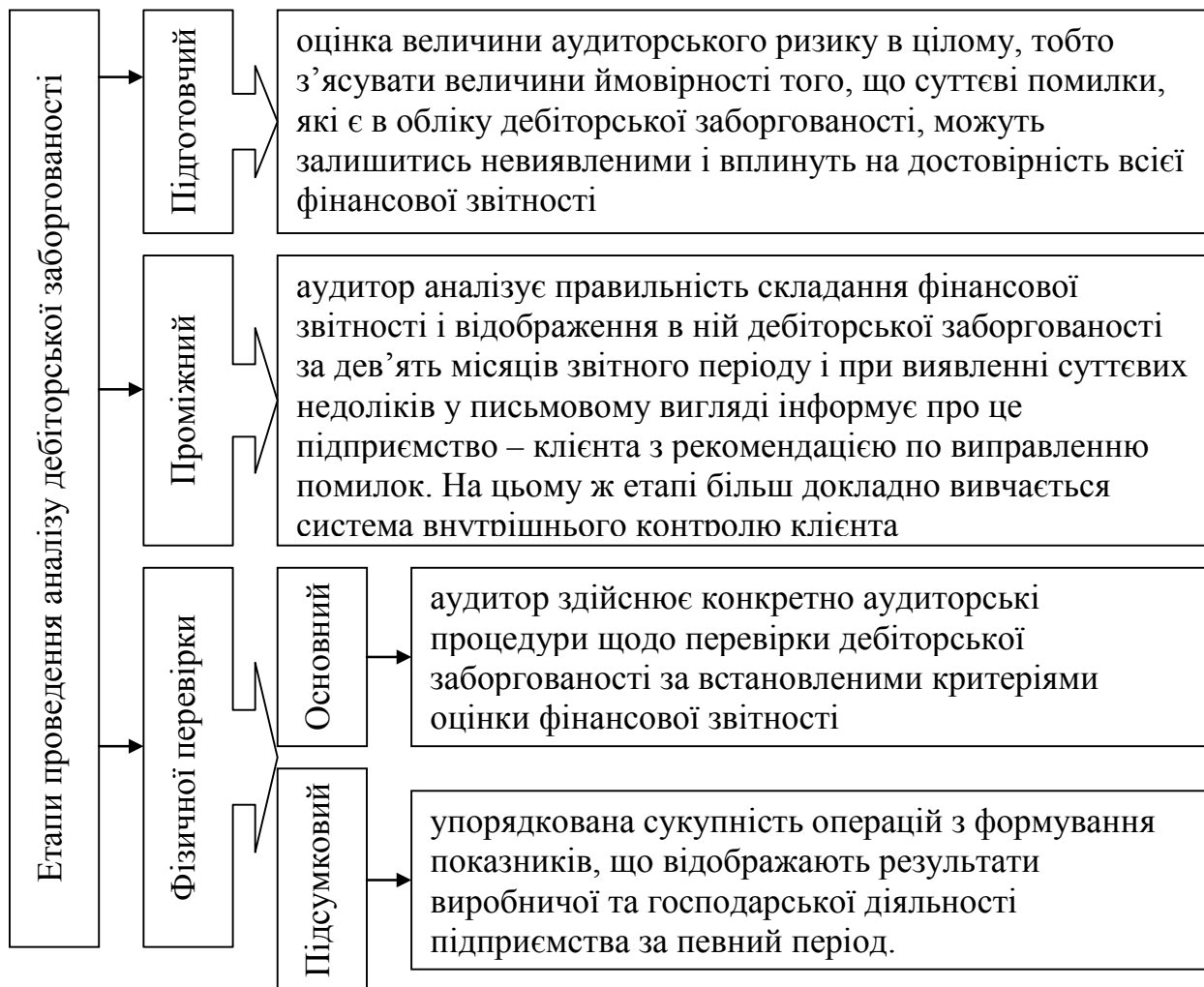


Рис. 1. Етапи проведення аналізу дебіторської заборгованості

Таким чином, процес аналізу та аудиту є ефективним інструментом управління фінансами підприємств, зокрема дебіторською заборгованістю, який пристосований до сучасних процесів розвитку світової економіки. Проведення аудиту сприяє стягненню платежів із зобов'язань комерційної діяльності, що особливо актуально в умовах значної дебіторської заборгованості, яка паралізує систему безготівкових розрахунків суб'єктів підприємницької діяльності.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ В РОСЛИННИЦТВІ

К.В. КУЧЕРЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. доцент ОЛЯДНІЧУК Н.В.

Найбільшою популярністю на ринку автоматизації бухгалтерського обліку користується програмне забезпечення, вироблене фірмою "1С". У ТОВ ім. «Черняхівського» використовують програму "1С: Бухгалтерія" версію 7.7 проте, кращим

варіантом буде впровадження програми 1С: версії 8.0. Програмний продукт "Конфігурація для сільськогосподарських підприємств України", який є доповненням до типової конфігурації "Бухгалтерський облік для України" та становить типове рішення для автоматизації обліку на підприємствах сільського господарства.

Версія 7.7 охоплює основні види діяльності сільськогосподарських підприємств:

- рослинництво;
- переробка та зберігання власної продукції рослинництва;
- переробка давальницької продукції;
- надання послуг сільськогосподарського характеру.

При порівнянні зі стандартною конфігурацією в програмному продукті передбачені механізми ведення бухгалтерського обліку, характерні для сільського господарства.

Передбачений механізм ведення обліку продукції сільськогосподарського виробництва на протязі року по плановій собівартості з виведенням фінансового результату по різних видах діяльності тощо. Калькуляція в обліку рослинництва передбачає заповнення планової собівартості для кожної окремої продукції. Всі витрати, які відносяться до того або іншого виду діяльності збираються на протязі року на той вид діяльності, а роботи допоміжних виробництв розподіляються за будь-який період на конкретну культуру. Також можливий аналіз витрат не тільки в розрізі видів витрат та культур, але й з аналітикою по полям.

Переробка продукції рослинництва враховується спеціально створеними документами (від збирання урожаю з поля та до списання витрат при збереженні і розподілу витрат).

Нарахування заробітної плати. Заробітна плата працівникам сільського господарства нараховується та розраховується стандартними сільськогосподарськими документами "Подорожній лист тракториста-машиніста", "Подорожній лист". Для інших видів нарахування передбачені типові документи для розрахунку заробітної плати працівникам або цілому списку з одночасним розподілом по рахункам витрат.

Ведення обліку витрат версія програми 1С: Бухгалтерія 8.0 значних змін не передбачає, але версія більш удосконалена та спростована.

Відображення витрат не потребує хронологічної впорядкованості з операціями випуску. Отже, наприклад, випуск готової продукції може відображатись оперативно протягом місяця, а списання всіх витрат – наприкінці місяця.

Передбачено зберігання в інформаційній базі нормативного матеріального складу продукції, що вносить деякі корективи в списання матеріалів у виробництво за нормами. Передбачено фіксування накопичених витрат, які не потрібно включати до собівартості продукції, випущеної в поточному періоді. Такі витрати залишаються у незавершеному виробництві.

Протягом періоду документом «Отчет производства по обмену» можна відобразити результат виробничої діяльності: продукції та напівфабрикати на склад; внутрішніх виробничих послуг між підрозділами.

Накопичення витрат і випуск продукції ведуться паралельно та рахунок незалежно один від одного протягом періоду, потім проводиться розрахунок фактичної собівартості. Для цього необхідно використати документ «Закритие месяца», при введенні якого: враховується залишки незавершеного виробництва; багатостадійність виробництва та зустрічний випуск; на собівартість випуску розподіляюся загальновиробничі витрати.

Механізм «зустрічного випуску» дозволяє виконувати розрахунок фактичної собівартості. Наприклад, якщо готова продукція частково знову використовується для виготовлення напівфабрикатів. З яких виготовлено, або в разі виробничих послуг, що надаються підрозділами один одному.

Зворотні доходи оприбутковуються за фіксованою вартістю зазначеного у документі виробничого випуску. У результаті закінчення періоду вартість зворотних відходів не корегується. У бухгалтерському обліку така операція інтерпретується як від'ємні витрати, тобто сума матеріальних витрат на випуск готової продукції зменшується на вартість зворотних відходів.

Необхідно враховувати, що при переході на нову версію автоматизованої форми обліку, підприємство зіштовхнеться з проблемою відсутності кваліфікованих фахівців в

області автоматизації. Щоб ця проблема не стала каменем спотикання в обліковій роботі підприємства на наш погляд необхідно: залучати до роботи молодих фахівців, що на середньому рівні володіють знаннями конфігурації "1С: Бухгалтерія 8.0. для України"; провести систему заходів, спрямованих на підвищення кваліфікації працівників підприємства, для того, щоб вони могли формулювати вимоги до програмних засобів, оцінювати їх якість та ефективність, вибирати програмні засоби, найбільш відповідним конкретним запитам тощо.

Отже, твердження про те, що програма "1С: Бухгалтерія 7.7" не придатна для роботи є не коректним, проте сьогодні доцільно застосовувати новітні програмні продукти. Для роботи бухгалтерії досліджуваного підприємства доречно використовувати програму "1С: Бухгалтерія 8.0", оскільки дана версія забезпечує можливість ведення обліку декількох організацій в єдиній інформаційній базі. У новій версії "1С: Бухгалтерія 8.0" розширені можливості налаштування типових операцій – засоби згрупованого введення бухгалтерських проводок, які досить часто застосовуються. Цей простий, але ефективний інструмент автоматизації тепер може легко і швидко налаштувати користувач самостійно.

ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ

**О.В. ЛАЗАРЧУК, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕПОЧАТЕНКО О.О.**

Незважаючи на те, що трактування поняття „фінансовий стан підприємства” розглянуто багатьма науковцями, наявні великі розбіжності як у визначенні сутності даного поняття так і у визначенні складу показників аналізу фінансового стану підприємства.

До науковців, які приділили значну увагу дослідженню фінансового стану підприємств, слід віднести таких як Балабанов І. Т., Вознюк Г. Л., Загородній А. Г., Смовженко Т. С., Савицька Г. В., Шеремет А. Д., Шиян Д. Н. та інші.

Фінансовий стан – це один з найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємств.

Під фінансовим станом підприємства розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

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 і використання фінансових ресурсів.

Кожне підприємство намагається досягти стабільного фінансового стану, тобто створити достатній обсяг фінансових ресурсів, що є гарантом своєчасності розрахунків з постачальниками, бюджетом та іншими ланками фінансової системи, подальшого економічного та соціального розвитку підприємства.

Метою оцінки фінансового стану підприємства є пошук резервів збільшення його прибутковості, рентабельності та платоспроможності.

Фінансовий стан підприємства характеризують склад і структура його фінансових ресурсів та активів, а також рівень ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості. Основним джерелом інформації для оцінки фінансового стану підприємства є його баланс як у звичайному, так і в агрегованому вигляді.

Методика оцінки фінансового стану передбачає аналіз фінансових ресурсів, активів підприємства, а також аналіз платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості із застосуванням методів та прийомів фінансового аналізу. Як правило, у процесі оцінки фінансового стану одночасно використовують горизонтальний, вертикальний, порівняльний методи аналізу та аналіз за допомогою фінансових коефіцієнтів.

Що стосується шляхів оздоровлення фінансового стану підприємства, то одним з основних і найбільш радикальних напрямів цього є пошук внутрішніх резервів збільшення прибутковості виробництва та досягнення беззбиткової роботи за рахунок більш повного використання виробничої потужності підприємства, підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, зниження її собівартості, зменшення запасів, раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, скорочення непродуктивних витрат і втрат, зменшення поточних зобов'язань тощо.

У процесі аналізу фінансового стану підприємства можуть використовуватись найрізноманітніші прийоми, методи та моделі аналізу. Кожний суб'єкт господарювання обирає свою систему показників, норми, нормативи, тарифи та ліміти, систему їх оцінки, та будує свою програму аналізу фінансово-господарської діяльності.

Висновки. Підбиваючи підсумок слід також зазначити, що необхідність та значення оцінки фінансового стану підприємства зумовлена потребою систематичного аналізу та вдосконалення роботи за ринкових відносин, переходу до самоокупності, самофінансування, потребою в поліпшенні використання фінансових ресурсів, а також пошуком резервів зміцнення фінансової стабільності підприємства.

АУДИТ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

**О.Ф. ЛИСА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач ГАРКАВА І.М.**

Аудит виробничої діяльності спрямований на виявлення резервів збільшення обсягів виробництва продукції та поліпшення її якості. Підвищення ролі аудиту в сфері виробництва спричинено посиленням конкуренції в умовах ринку, розвитком науково-технічного процесу, підвищенням у цих умовах господарського ризику, впливу зовнішнього ринку. Метою аудиту витрат виробництва продукції рослинництва є встановлення достовірності первинних даних щодо накопичення та списання витрат, повноти і своєчасності відображення первинних даних в зведених документах і облікових регістрах, правильності ведення обліку витрат та його відповідності прийнятій обліковій політиці, достовірності інформації про витрати, наведені у звітності господарюючого суб'єкта.

Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність України» і Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» до витрат, пов'язаних зі зменшенням економічних вигод (активів) або збільшенням зобов'язань протягом облікового періоду відносяться:

1) витрати, що зменшують активи: по списанню сировини, матеріалів на виробництво, для ремонту обладнання та на адміністративні потреби; витрати від знецінення запасів; нестачі запасів; нарахування амортизації; списання МШП; визнані економічні санкції; нарахування резерву сумнівних боргів або списання дебіторської заборгованості;

2) витрати, що збільшують зобов'язання: заробітна плата; податки, збори, обов'язкові платежі; відрахування на обов'язкове та добровільне страхування; транспортні витрати; послуги сторонніх організацій; оренда та інші витрати пов'язані зі збільшенням зобов'язань.

Джерела інформації аудиту витрат виробництва: наказ про облікову політику підприємства; первинні документи з обліку витрат й виходу продукції; регістри синтетичного та аналітичного обліку; регістри оперативного, агротехнічного обліку, матеріали інвентаризації; звітність.

Завданнями аудиту операцій з обліку витрат діяльності є:

- встановлення правильності документального оформлення накопичення та списання витрат;

- перевірка правильності ведення обліку фактичних витрат та включення їх до собівартості одиниці продукції відповідно до прийнятого на підприємстві методу обліку витрат та калькулювання;

- оцінка правильності формування собівартості продукції;

- вивчення правильності розподілу та списання загальногосподарських витрат;
- оцінка стану синтетичного і аналітичного обліку витрат;
- перевірка повноти, правильності та достовірності відображення інформації в звітності.

У системі управління витратами сільськогосподарського підприємства важливу роль відіграє внутрішньогосподарський аудит. Це перевірка, що здійснюється в межах певного підприємства його керівниками і спеціалістами відповідно до їхніх повноважень. При організації внутрішньогосподарського контролю на підприємстві необхідно визначити обсяги контрольно-ревізійних робіт в просторі та часі, скласти план і графіки їх виконання, забезпечити виконавців нормативно-правовими актами, зразками заповнених документів контрольно-ревізійного типу, актами інвентаризації, інвентаризаційними описами і т. д. У рослинництві контроль здійснюють головний агроном, ланкові і, звичайно, самі працівники рослинництва, а також економісти, працівники обліку. Головний агроном стежить за виконанням планів розвитку рослинництва, своєчасністю та кількістю виконання усіх сільськогосподарських робіт загалом в підприємстві. Для нього дуже важливо, щоб зменшувалась собівартість продукції; скорочувались затрати праці на одиницю продукції, втрати продукції під час її збирання, зберігання, переробки і транспортування; забезпечувався збут продукції за максимально вигідними для сільськогосподарського підприємства цінами і своєчасно надходили від покупців кошти. Він займається стратегічним контролем.

Кожен, хто приймає рішення про здійснення матеріальних, трудових та інших витрат, має відчувати обов'язок перед підприємством щодо доцільності і законності цих витрат, адже невинуваті витрати безпосередньо впливають на фінансові результати. Велика відповідальність покладається і на працівників обліку, які приймають від виробничих підрозділів первинні документи та узагальнюють інформацію про обсяги виробництва і витрат. Ці працівники зобов'язані ретельно та без поспіху переглянути всі документи, які вони приймають; поспілкуватись із представниками виробничої сфери з метою встановлення реальної ситуації на виробництві, виробити напрями поліпшення облікової і контрольної роботи в підрозділі, провести узагальнення облікової інформації і проаналізувати її відповідно до планових показників. У випадку нагальної потреби бухгалтер з обліку виробництва повинен ще раз зустрітись із працівниками виробництва з метою уточнення ситуації щодо обсягів та витрат виробництва, а також для отримання усних або письмових пояснень.

Бухгалтер з обліку виробництва повинен тісно співпрацювати з економістом підприємства; який забезпечує контроль за виконанням виробничими підрозділами своїх госпрозрахункових завдань в розрізі назв продукції та її обсягів, витрат на виробництво за статтями і елементами, за використанням продукції та узгодженістю цін на неї тощо.

На нашу думку, внутрішньогосподарський контроль за витратами в рослинництві повинен бути реальний та дієвий. Краще виконати менший обсяг контрольно-ревізійних робіт, але те, що буде зроблено, мало користь для підприємства. З метою підвищення ефективності внутрішньогосподарського контролю потрібно змусити всіх причетних до цього виду контролю не рідше двох разів на рік відзвітувати у письмовій формі про те, що ними конкретно зроблено із передбачених контрольно-ревізійних заходів.

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОЩУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ

**А.Ю. ЛІВИЙ, студ. IV курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент СОКОЛЮК С.Ю.**

Технічні культури – це велика група сільськогосподарських культур, продукція вирощування яких є сировиною для легкої, харчової та інших видів переробної промисловості.

Україна – одна з провідних держав з виробництва технічних культур. У загальній їхній посівній площі (близько 5,0 тис. га) найбільшу питому вагу має соняшник (70%), цукрові буряки (15%) і льон-довгунець (1,0%). Решту (14%) становлять ріпак, соя, рицина, хміль, тютюн, ефіроолійні та лікарські рослини. Розміщення посівів технічних культур в Україні склалося відповідно до зональних природно-економічних умов. Так, господарства Полісся і Карпат спеціалізуються на вирощуванні льону-довгунцю; Лісостепу – цукрових буряків, соняшнику, ріпаку озимого; північного і центрального Степу – соняшнику; південного Степу – рицини; передгірних і гірських районів Криму – ефіроолійних культур і тютюну. Така сама закономірність спостерігається і в розміщенні підприємств переробної промисловості. На Поліссі розташовані льонозаводи, в Лісостепу – цукрові, у північному та центральному Степу – олійні заводи, що дає змогу скоротити строки та відстані перевезень сировини до місць переробки, зменшити втрати при перевезенні та зберіганні, підвищити ефективність виробництва кінцевого продукту.

Для сільськогосподарських підприємств технічні культури, як правило, є високодохідною та прибутковою продукцією.[1] В Україні вирощують понад 30 технічних культур. За характером використання їх поділяють на дві основні групи: прядивні та харчові. До першої належать бавовник, льон, коноплі, джут, кенаф та інші, що дають волокно для виробництва тканини. Друга включає – цукрові буряки, соняшник, сою, рижій, ріпак, рицину, гірчицю та інші, продукцію яких використовують як сировину для харчової промисловості. Крім того, до технічних культур належать ефіроолійні (троянда, лаванда, коріандр, м'ята та ін.), лікарські (ромашка, валер'яна, наперстянка) рослини, а також хміль, тютюн, махорка та інші культури.

Отже, проаналізуємо валовий збір основних технічних культур в Україні за останні 5 років.

Проаналізувавши відповідні дані можна сказати, що найбільший урожай насіння соняшнику спостерігається у 2011 році і складає 8670,5 тис. тонн, а валовий збір буряків складає 18740,5 тис. тонн. У порівнянні з попереднім роком збір насіння соняшнику зібрано на 28% більше, а різниця складає близько 1899 тис. тонн. Найменш врожайним за досліджуваних 5 років є 2009 рік. Валові збори насіння соняшника та цукрового буряка складають 6364,0 тис. т та 10067,5 тис. т відповідно. 2009 рік був неврожайним, тому зібраний найменший урожай за останні 5 років. Навпаки можна сказати про 2011 рік, коли валовий збір продукції рослинництва досяг рекордної позначки за часи незалежності України. Високій урожайності технічних культур посприяли гарні погодні умови, та оптимальне зволоження ґрунту.

1. Аналіз виробництва технічних культур в Україні

Роки	Насіння соняшнику		Цукрові буряки		Ріпак	
	тис. т	у% до рівня дати попереднього року	тис. т	у% до рівня дати попереднього року	тис. т	у% до рівня дати попереднього року
2012	8366,8	96,5	18283,6	97,6	1200,0	83,5
2011	8670,5	128,0	18740,5	136,3	1437,0	97,8
2010	6771,5	106,4	13749,2	136,6	1470,0	78,5
2009	6364,0	97,5	10067,5	86,4	1873,0	65,2
2008	6256,2	156,3	13437,7	79,1	2873,0	274,4

У 2009 році було вироблено 3,1 млн т олії, з яких соняшникової – 3 млн т. Експорт її становив 2,7 млн т, або 90% від загального виробництва. Проте незважаючи на розвинену промислову інфраструктуру щорічно до 10% врожаю соняшнику експортується без попередньої переробки. Тому світовий ринок має великий вплив на вітчизняну галузь. На

Наразі Україна залишається найбільшим експортером соняшника в Європі, за останні 3 місяці 2012/2013 маркетингового року частка експорту становить 940 тис. тонн.

Переважна більшість вирощеного насіння перероблялася на вітчизняних олійно-жирових комбінатах із подальшою реалізацією на зовнішніх ринках. Згідно з прогнозом асоціації "Укроліяпром", виробництво соняшникової олії в Україні в поточному маркетинговому році складе близько 3,6 млн тонн. За даними "Укроліяпром", в 2011/2012 маркетинговому році виробництво соняшникової олії в Україні склало 3,8 млн тонн, експорт – 3,2 млн тонн.

Але й не варто про таку культуру як ріпак, з біомаси якого отримують біодизельне паливо. В програмі «Розвитку ріпаківництва в Україні на 2008 – 2015 рр.» наголошується, що в перспективі доля ріпаківництва в загальному рільництві має становити до 7%. Враховуючи наукові рекомендації та особливості реформування земельних відносин, ріпак може в перспективі вирощуватись на площі України понад 2 млн. гектарів, але даний фактор негативно впливає на культуру землеробства, порушуючи при цьому сівозміни.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

**А.Ю. ЛІВИЙ, студ. IV курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач ТЕЛИЧКАНЬ В.В.**

Інформаційні системи здавна знаходять досить широке застосування в життєдіяльності людства. Це пов'язано з тим, що для існування цивілізації необхідний обмін інформацією – передача знань, як між окремими членами і колективами суспільства, так і між різними поколіннями.

Інформаційні системи існують з моменту появи суспільства, оскільки на кожній стадії його розвитку існує потреба в управлінні. Місією інформаційної системи є обробка та виробництво потрібної для організації інформації, необхідної для ефективного управління всіма її ресурсами, створення інформаційного та технічного середовища для управління її діяльністю.

В будь-якій інформаційній системі управління вирішуються задачі трьох типів:

- задачі оцінки ситуації (деколи їх називають задачами розпізнавання образів);
- задачі перетворення опису ситуації (розрахункові задачі, задачі моделювання);
- задачі прийняття рішень (в тому числі і оптимізаційні).

Інформаційні системи включають в себе: технічні засоби обробки даних, програмне забезпечення і відповідний персонал. Чотири складові частини утворюють внутрішню інформаційну основу:

- засоби фіксації і збору інформації;
- засоби передачі відповідних даних та повідомлень;
- засоби збереження інформації;
- засоби аналізу, обробки і представлення інформації.

Розвиток інформаційних систем у нинішньому сільському господарстві нині є досить актуальним. Адже у вік кібернетики, масової комп'ютеризації всіх сфер життя суспільства одна з основних галузей господарства нашої країни не може залишатись осторонь. Вона потребує докорінних змін у еру розвитку інформаційних систем, коли виробництво не можна уявити без високоточних механізмів та приладів. Будь-яке господарство країни являє собою єдину систему, яка складається із виробничо-технологічної та інформаційної систем.

Інформаційні системи в управлінні почергово реалізують єдність виробничих та інформаційних процесів через застосування технічних засобів збору, нагромадження обробки та передачі інформації в поєднанні з використанням аналітичних методів математичної статистики і моделей прогнозно-аналітичних розрахунків та інших необхідних прикладних засобів.

Саме інформаційні системи значно спрощують та полегшують роботу аналітичного та бухгалтерсько-економічного відділу підприємств та організацій, завдяки можливості подання звітності до податкової адміністрації, пенсійного фонду та інших контролюючих структур.

Своєчасний доступ до інформації через Інтернет підвищує якість рішень фермерів та їх менеджерів, додаючи переваг у конкурентній боротьбі.

Фермери, які користуються Інтернетом, зазначили такі причини, що спонукають їх щоденно користуватись персональними комп'ютерами, підключеними до мережі Інтернет:

- відстежування поточних цін на сільськогосподарську продукцію;
- отримання інформаційних послуг в сільському господарстві;
- одержання інформації від Міністерства сільського господарства;
- за для зв'язку з іншими фермерами та дорадчими службами;
- для передачі даних клієнтам та спілкування з ними за допомогою електронної пошти.

За статистикою частіше звертаються до Інтернету ті групи фермерів, які відчули потребу в нових стратегіях для поліпшення прийняття управлінських рішень з таких питань, як купівля, виробництво та збут.

Сучасні інформаційні системи при застосуванні відповідного програмного забезпечення дозволяють ефективно координувати внутрішню діяльність організації, ефективно та оперативно розповсюджувати різні види інформації як зовнішнім так і внутрішнім користувачам підприємства, більш інформованіше та наочніше представляти новинки інноваційної діяльності підприємства.

Однією з кращих програм для планування в сільському господарстві є «АдептиИС: Сводное планирование в сельском хозяйстве». Вона дозволяє розрахувати собівартість виробництва продукції сільського господарства в розрізі окремих технологічних операцій; обґрунтовує та розраховує потребу у всіх видах ресурсів як в натуральних так і у вартісних показниках. Програма укомплектовується основними довідниками і прикладами базової технології виробництва основних сільськогосподарських культур і видів тварин. Від користувача програми вимагається лише корекція довідників з урахуванням індивідуальних особливостей підприємства.

Слід також виділити високотехнічне машинне устаткування, що використовується у сільському господарстві Електронний програмований монітор сівалки (Programable Electronic Drill Monitor) від Tye, відділ AGRO, переніс управління сівалкою в тракторну кабіну. Він контролює вал сівалки у двох зернових ящиках, надсилає попередження якщо рівень зерна низький і реєструє площу землі в арках, використовуючи Tye акрометр.

Не варто також збувати про GPS Відео Картографи, які дозволяють фермерам і розвідникам врожаю додати геоорієнтири до стандартного відеозапису. Система збору інформації про орні землі (the infield data collection system) розроблена Ren Hen System була представлена на конференції в сільському господарстві. Відеокамери зі здібностями Lan-C рекомендовані для програмного відтворення.

Інформаційні системи надають докладну інформацію в наочній формі, що дозволяє фермерам орієнтуватись та аналізувати складну інформацію та приймати на її основі відповідні управлінські рішення.

ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВДОСКОНАЛЕННЯ

**Т.П. ЛЮБІНСЬКА, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МЕЛЬНИК К.М.**

Однією з найважливіших категорій ринкової економіки, що відображає реальні зв'язки і відносини економічного життя суспільства є кредит. Кредит завжди був і залишається важливим важелем у стимулюванні розвитку господарської діяльності і являє собою економічне уособлення відносин з приводу зворотного руху капіталу, оскільки він забезпечує трансформацію грошового капіталу в позичковий і виражає економічні відносини між кредитором і позичальником.

На сьогоднішньому етапі розвитку економіки одну з найважливіших ролей у

стимулюванні відтворювальних процесів відіграє банківський кредит як головне джерело забезпечення грошовими ресурсами поточної господарської діяльності підприємств незалежно від форм власності чи сфери господарювання. Незважаючи на те, що кризові явища в економічній системі підірвали фінансову стійкість більшості вітчизняних підприємств, внаслідок чого різко скоротилась кількість надійних фірм-позичальників, кредитні операції залишаються головним видом активних операцій комерційних банків, в який вкладається переважна більшість залученими банками ресурсів.

Досліджуючи тему кредитних відносин слід акцентувати увагу на такі основні проблеми. По-перше, в основі кредитних відносин повинна бути закладена довіра обох сторін. Саме такий зміст повинен стати основою взаємовідносин суб'єктів кредитних стосунків. Поряд із довірою необхідна відповідальність. При відсутності цього критерію в однієї із сторін кредитних відносин, такі відносини стають як економічно так і соціально не партнерськими.

Другою проблемою можна виділити необхідність у довгострокових кредитах. Як правило, довгострокові кредити підприємства беруть у випадку коли не вистачає власних фінансових ресурсів на інвестиційні потреби. Сьогодні частка таких кредитів незначна. Перш за все це пов'язано з великим ризиком щодо їх несплати. Водночас процедура отримання таких кредитів, на жаль, є досить ускладненою.

Третя проблема – це стан розвитку ринку кредитних послуг в Україні. Він не задовольняє потреб економіки розвитку з орієнтацією на європейський рівень.

Також однією з найгостріших проблем функціонування банківської системи України в сучасних умовах є оптимальне управління проблемними активами. Через недосконале управління ризиками в деяких банках суттєво погіршилася якість кредитних портфелів, що уповільнює, або навіть повністю гальмує зростання галузі загалом, а в багатьох випадках, унеможливорює подальшу кредитну діяльність банків. Для подолання наслідків кризових явищ на фінансовому ринку України вкрай необхідне поліпшення систем корпоративного ризик-менеджменту банків з урахуванням уроків кризи та запозичення кращого зарубіжного досвіду в сфері управління проблемними активами з метою відновлення ефективного кредитування реального сектору економіки країни.

При наданні банками кредитів важливе значення має оцінка кредитоспроможності позичальника. Кредитоспроможність підприємства оцінюється на основі системи показників, які відображають розміщення і джерела обігових коштів, результати господарської діяльності. Вибір показників залежить від особливостей виробничої діяльності позичальника, тривалості виробничого процесу, структури оборотних активів, умов постачання та реалізації продукції, галузевої специфіки та інше.

Додаткові труднощі у визначенні кредитоспроможності виникають у зв'язку з існуванням таких чинників, які виміряти і оцінити у цифрах неможливо. Це стосується у першу чергу морального обличчя і репутації позичальника. Отримати всебічну оцінку кредитоспроможності позичальника і узагальнити її цифровими і нецифровими даними практично неможливо. Слід використовувати також оцінку кваліфікованих аналітиків.

Сума кредитів та позик отриманих підприємствами України від прямих інвестицій станом на 1 квітня 2012 року становила 6010 млн дол.

У першому кварталі 2012 року в економіку України ноземними інвесторами вкладено 1834,9 млн. дол. США прямих інвестицій, що становить 48,3% обсягів першого кварталу попереднього року. З країн ЄС надійшло 63,1% загального обсягу, з країн СНД – 27,9%, з інших країн світу – 10%.

За даними Держкомстату, в цілому за підсумками 2011 року приріст сукупного обсягу іноземного капіталу в економіці країни, з урахуванням його переоцінки, втрат, курсової різниці за 2011 р. склав на 18,1% нижче рівня попереднього року.

Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, що надійшли в Україну станом на 1 квітня 2012 р. дорівнював 43837,1 млн. дол. США, що 4,1% більше обсягів інвестицій на початок поточного року.

Зважаючи на необхідність підвищення рівня надійності, фінансової стійкості банків на внутрішньому й міжнародних ринках, необхідно вжити такі заходи:

- розширити можливості підтримання ліквідності банків на основі програм фінансового оздоровлення,
- збільшити нормативи резервування за кредитними операціями по кредитах, інформацію щодо яких не внесено до кредитних історій,
- оптимізувати структуру капіталу, активів та зобов'язань, виходячи із завдань забезпечення фінансової стійкості банків та їх позитивного впливу на розвиток реального сектору економіки;
- посилити вимоги щодо прозорості корпоративного управління банками, зокрема визначення реальних власників банків, та їх відповідальність за підтримання фінансової стабільності банків;
- забезпечити пропорційне зростання регулятивного капіталу та його складових обсягів активно-пасивних операцій;
- підвищити ефективність управління активами і пасивами з метою недопущення необґрунтованого збільшення відрахувань від регулятивного капіталу, зокрема пов'язаних із нарахованими, але не сплаченими доходами;
- розробити стратегічні цілі в залежності від ситуації в країні та за кордоном;
- активніше застосовувати процедуру реорганізації банків шляхом приєднання або злиття, а також реструктуризація банків шляхом закриття збиткових філій.

Висновки. З огляду на вищевказане, можна зробити відповідні висновки про те, що банківське кредитування є однією з найважливіших ланок міжфінансових відносин, і так чи інакше, пов'язане з економічними системами, воно має низку принципових проблемних питань, які потрібно вирішувати.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УМАНСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**С.О. МАЗУРКЕВИЧ, студ. V курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор СЕМЕНДА Д. К.**

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України важливим питанням є пошук шляхів ефективного функціонування продовольчого ринку, оскільки його стан визначає рівень забезпеченості населення продуктами харчування. Серед основної сукупності продовольчих ринків одним із найважливіших є ринок молока та молочної продукції.

Протягом тривалого часу молочна галузь перебуває у кризовому стані. Скорочення обсягів виробництва молока та зменшення його надходження на переробні підприємства зумовлюють зниження обсягів та ефективності виробництва молочних продуктів, погіршення забезпеченості ними населення окремих регіонів та країни в цілому, що негативно позначається на рівні продовольчої безпеки держави.

Серед причин такої ситуації можна назвати проведення неефективних реформ і неналежного державного фінансування. Підприємства не в змозі забезпечити високу якість молока для виробництва конкурентоспроможних молочних продуктів, галузь потребує чималих інвестицій на будівництво та реконструкцію великотоварних ферм для одержання якісної сировини за санітарно-гігієнічними показниками. Таким чином, виникла потреба комплексного дослідження проблем економічної ефективності виробництва молока.

Окремі питання, проблеми формування і розвитку ринку молока та молочної продукції знайшли своє відображення в наукових працях П. С. Березівського, О. В. Шкільова, В. І. Бойка, Ю. М. Макаренка, М. П. Коржинського, О. М. Шпичака, П. Т. Саблука та інших дослідників.

Розглянемо проблему ефективності виробництва молока на прикладі сільськогосподарських підприємств Уманського району Черкаської області.

В районі на стадії розвитку є галузь тваринництва, зокрема і молочне скотарство. В досліджуваному районі вирощують в основному корів чорно-рябої, сментальської, червоно-рябої породи.

Тож, розглянемо стан молочного скотарства в Уманському районі Черкаської області в таблиці 1.

З даних таблиці бачимо, що середньорічне поголів'я в 2011 році порівняно з 2007 роком збільшилося на 41,1% та становило 3211 голів. Валовий надій молока відповідно зріс на 49,2% та у 2011 році дорівнював 128702. Надій молока на 1 середньорічну корову теж збільшився (на 5,5%) і склав у 2011 році 4008,2 кг. Основними чинниками, які визначили продуктивність худоби, були: рівень годівлі, якість кормів, перш за все вміст у них перетравного протеїну; породний склад; середній вік маточного поголів'я; умови утримання; технологія.

Проблема підвищення ефективності агропромислового виробництва – визначальний фактор економічного і соціального розвитку суспільства. Ефективність виробництва – це складне і багатогранне явище, тому для її визначення треба використовувати систему показників, спроможних відобразити специфіку і особливості галузі.

1. Динаміка поголів'я та продуктивності корів у сільськогосподарських підприємствах Уманського району Черкаської області

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2007 р., %
Середньорічне поголів'я, гол.	2275	2681	2703	3285	3211	141,1
Валовий вихід молока, ц	86262	101976	124757	133527	128702	149,2
Надій молока на 1 середньорічну корову, кг	3791,7	3803,7	4615,5	4064,7	4008,2	105,5

Тож, показники ефективності виробництва молока в Уманському районі розглянемо в таблиці 2.

Ознайомившись із таблицею 2, можемо побачити, що у 2011 році об'єми реалізації молока склали 117251 ц, що на 42440 ц більше, ніж в 2007 році. Однією із причин виявилось зростання поголів'я корів. Напротязі 2007-2011 років реалізація молока не принесла збитків, а лише прибутки через порівняно невисоку собівартість. Щодо рівня рентабельності виробництва, то вона знизилася у 2011 році на 8,4 в.п. порівняно з 2007 роком і склала 9%. Причиною цього стало підвищення собівартості на фоні незначного зростання прибутку. Але, не дивлячись на це найбільший показник був у 2010 році і склав 61,6% у зв'язку із підвищенням рівня прибутку.

Результати дослідження дають підстави для висновку, що молочка галузь є однією із найбільш динамічних і перспективних галузей.

Однією із пропозицій створення ланцюжка поставок якісної продукції і від домогосподарства до переробника – створення кооперації в Уманському районі на основі таких сіл: Антонівка, Юрківка, Посухівка, Колодисте. Це надасть наступні переваги: нові робочі місця, отримання усіх видів державної підтримки (дотації, програми, доплати), постійний, надійний ринок збуту продукції, оплата молока з врахуванням жирності, доплата за якість молока та кількість зданої сировини. З розвитком діяльності кооперативу можливо отримувати сільськогосподарські послуги за собівартістю, закуповувати корми за оптовими цінами, доступ до сучасного сільгоспобладнання, та пільгових кредитів (до 10% у гривнях), навчатися основам тваринництва та отримувати сільськогосподарську освіту в цілому.

Стримуючими факторами розвитку молочного скотарства є сировинні – скорочення поголів'я корів, низька ефективність селекційної роботи, низька якість сировини, застарілі технології. Саме ці проблеми потребують першочергового розв'язання для подальшої ефективної роботи й розвитку молочної галузі не тільки Уманського району, але й України загалом.

2. Економічна ефективність виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Уманського району Черкаської області

№п/п	Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Відхилення 2011 р. від 2007 р. (+, -)
1.	Середньорічне поголів'я, гол.	2275	2681	2703	3285	3211	+936
2.	Валовий вихід молока, ц	86262	101976	124757	133527	128702	+42440
3.	Надоєно молока на 1 середньорічну корову, ц	3790	3810	4620	4060	4000	+2100
4.	Реалізовано молока, ц	75108	88512	112413	118502	117251	+42143
5.	Виручка від реалізації, тис. грн.	11709,0	16826,8	21795,8	34546,4	36088,9	+24379,9
6.	Фактична ціна реалізації 1 ц молока, грн.	155,90	190,10	193,90	291,50	307,80	+151,6
7.	Повна собівартість 1 ц молока, грн.	132,75	166,50	141,90	180,40	282,40	+149,65
8.	Прибуток на 1 ц молока, грн.	23,15	23,60	52,00	111,10	25,40	+2,25
9.	Прибуток на 1 середньорічну корову, грн.	764,30	780,70	2162,30	3183,60	927,30	+163
10.	Рівень рентабельності, %	17,4	14,2	36,6	61,6	9	-8,4
11.	Виробництво молока на 100 га с.-г. угідь, ц	143	156	193,9	211,3	210,6	+67,6
12.	Щільність поголів'я корів на 100 га с.-г. угідь, гол.	3,8	4,1	4,2	5,2	5,3	+1,5

Для відновлення молочного тваринництва на новій технологічній і технічній основі варто реконструювати корівники, що використовуються з максимально можливим впровадженням у них сучасних елементів технології виробництва молока.

Щодо планово-економічних показників, то необхідно особливу увагу звернути на правильну цінову політику, визначення розміру витрат на досягнення кращої якості і можливості для підприємства здійснити ці витрати.

Значним резервом збільшення молочної продуктивності худоби та виробництва молока є ліквідація яловості корів, адже із ялової тварини значно (на 35%) зменшується продуктивність. До того ж галузь недоодржує молодняк, який міг би бути використаний для ремонту основного стада або відгодівлі на м'ясо.

Отже, основними шляхами розвитку молочного скотарства в Уманському районі є новий підхід до організації та роботи молочних ферм, закупівля нових високопродуктивних порід корів, поліпшення якості молока-сировини, що забезпечують підвищення ефективності виробництва даної продукції, а також вихід на міжнародний ринок.

МЕТОДИКА ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**О.В. МАЙСТЕР, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПАНКРАТОВА Л.А.**

Облік праці і заробітної плати – одна з найважливіших і складних ділянок роботи, що потребують точних і оперативних даних. У складі виробничих витрат оплата праці складає до 40% всіх витрат і значно впливає на формування фінансових результатів діяльності підприємства.

Важливе значення має чітка організація обліково-аналітичної роботи розрахунків з оплати праці на підприємстві, оскільки вона є найбільш відповідальною, трудомісткою і

ризико небезпечною роботою, адже помилка у нарахуванні заробітної плати автоматично призводить до цілого ряду помилок і порушень, та в цілому – до забезпечення користувачів недостовірними даними щодо фінансово-майнового стану підприємства. Крім того, на деяких підприємствах мають місце неофіційні позаоблікові нарахування і виплати заробітної плати працівникам без сплати встановлених законодавством податків і платежів. Це вимагає удосконалення існуючих методичних підходів бухгалтерського обліку з використанням сучасних інформаційних комп'ютерних систем у контексті повної їх гармонізації з міжнародними стандартами обліку і звітності, що сприятиме підвищенню ефективності та поліпшенню роботи обліковців, менеджерів, упередженню можливих зловживань на підприємстві.

Заробітна плата при правильній організації забезпечує прямий і безпосередній зв'язок доходів з кількістю і якістю витраченої праці. Тобто, показники оплати праці дають загальне уявлення про внутрішню діяльність бюджетної установи та виступають засобом контролю за мірою праці.

Здійснення нарахування та виплати заробітної плати регулюється нормативно-правовою базою, а саме: Законом України «Про оплату праці» від 24.03.1995р. зі змінами і доповненнями, Кодексом Законів про працю (КЗпП), постановами Уряду щодо оплати праці, Інструкціями, розпорядженнями кабінету міністрів України.

Згідно зі статтею 115 КЗпП заробітна плата повинна виплачуватись робітникам регулярно в робочі дні в терміни, установлені в колективному договорі, але не рідше двох разів на місяць через проміжок часу, що не перевищує 16 календарних днів. У випадку, якщо день виплати заробітної плати збігається зі святковим, неробочим або вихідним днем, заробітна плата повинна виплачуватись напередодні.

Умови і порядок преміювання визначаються і закріплюються в Положенні про преміювання працівників установи. На преміювання працівників, надання їм матеріальної допомоги, а також на стимулювання їх творчої праці і педагогічного новаторства в кошторисах передбачаються кошти в розмірі не менше 2% від планового фонду заробітної плати.

Основою організації оплати праці є тарифна система, яка включає такі елементи: тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів, тарифно-кваліфікаційні характеристики.

Під час розрахунку балансу робочого часу слід мати на увазі, що згідно зі ст. 53 КЗпП напередодні святкових і неробочих днів тривалість роботи працівників, крім працівників зазначених ст. 51 КЗпП, скорочується на одну годину за п'ятиденного і шестиденного робочого тижня, а на передодні вихідних днів тривалість роботи за шестиденним робочим тижнем не може перевищувати п'яти годин.

Оплата працівників у нічний час (з 22.00 до 6.00 години) здійснюється у підвищеному розмірі, що встановлюється генеральною та галузевою угодами, колективним договором, але не нижче 20% тарифної ставки за кожну годину роботи в нічний час.

Крім того існує ще доплата за суміщення, що включається у середній заробіток у всіх його обчисленнях. Поряд із суміщенням професій, або посад, може застосовуватись сумісництво, тобто виконання працівником, крім своєї основної, іншої регулярної оплачуваної роботи на умовах трудового договору у вільний від основної роботи час на тому ж, або іншому підприємстві. Оплата праці при роботі за сумісництвом проводиться згідно з обсягом фактично виконаної роботи і не враховується при підрахунку середнього заробітку (за деякими винятками згідно чинного законодавства).

Отже, основними проблемами обліку заробітної плати є:

- на законодавчому рівні закріпити основні принципи ведення обліку розрахунків з оплати праці;
- недостатньо розроблений план рахунків бухгалтерського обліку та інструкції щодо його застосування;
- недостатньо розроблене кадрове забезпечення з одночасним уточненням кваліфікаційних характеристик і професійних вимог до фахівців обліку.

В результаті проведених досліджень можна зробити висновок, що актуальність проблеми оплати праці в нових умовах господарювання потребує державного втручання при вирішенні питань реформування оплати праці, зокрема її фінансового забезпечення через паритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, регулювання податків і встановлення мінімального розміру заробітної плати відповідно до життєвого рівня, надання невинуватених відмінностей в рівнях оплати працівників різних галузей і форм господарювання. Формування фонду заробітної плати є обов'язковим для всіх підприємств, що використовують найману працю, незалежно від форм власності, витрати по якій відносяться до витрат виробництва, та враховує виконаний обсяг робіт. Тому організація обліку витрат на оплату праці, виступає трудомістким процесом, який включає багато особливостей та вимагає правильної організації системи обліку та автоматизації цієї ділянки роботи, з метою скорочення матеріальних і трудових витрат на збір, обробку та аналіз даних з питань праці та її оплати для прийняття обґрунтованих оперативних управлінських рішень.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

**К.С. МАКАРЧУК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент СЛАТВІНСЬКИЙ М.А.**

Конкурентна перевага – це становище фірми на ринку, яке дозволяє їй долати сили конкуренції та приваблювати покупців. Конкурентні переваги створюються унікальними матеріальними та нематеріальними активами, котрими володіє підприємство, тими стратегічно важливими для даного бізнесу сферами діяльності, котрі дозволяють перемагати в конкурентній боротьбі. Основою конкурентних переваг, таким чином, є унікальні активи підприємства чи особлива компетентність в сферах діяльності, важливих для даного бізнесу. Конкурентні переваги, як правило, реалізуються на рівні стратегічних одиниць бізнесу та є основою ділової (конкурентної) стратегії підприємства. Конкурентні переваги дають підприємству можливість мати рентабельність вищу середньої для фірм даної галузі чи даного ринкового сегменту (що забезпечується більш високою ефективністю використання ресурсів) та завойовувати міцні позиції на ринку.

Конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми в залежності від специфіки галузі, товару, ринку. При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів та переконатися в тому, що ці переваги сприймаються ними як такі.

Головними вимогами є:

- відмінність від конкурентів повинна бути реальною, виразною, суттєвою.
- фірма повинна мати декілька (чотири-п'ять) конкурентних переваг, котрі необхідно захищати.

Засобами захисту конкурентних переваг можуть бути:

- Монополія.
- Патенти, ноу-хау, таємничість.
- Доступ до джерел сировини та комунікацій.

Існує велика кількість напрямків досягнень конкурентних переваг, чи ділових стратегій, але найбільш загальними є:

- Лідерство у витратах (собівартість продукції).
- Диференціація продукції
- Фокусування (концентрація).
- Ранній вихід на ринок (стратегія першопрохідця).
- Синергізм.

Слід зазначити, що конкурентні переваги підприємства в галузі визначаються також широтою цільового ринку. Тому перед обранням однієї із загальних стратегій підприємство повинне виявити ряд обмежуючих факторів:

- Асортиментний набір продуктів, котрий воно буде виробляти, а також тип потенційних покупців;

- Канали розподілу продукції;
- Регіон, в якому воно буде продавати продукцію, а також ряд суміжних галузей, в яких воно збирається конкурувати.

При цьому підприємство може вибрати масовий ринок чи вузьку ринкову нішу. Комбінуючи цільові ринки з основними стратегіями, підприємство розширює сферу вибору стратегії. Коли стратегії мінімізації витрат та диференціації продукції націлені на масовий ринок, вони називають лідерством у витратах та диференціацією продукції відповідно. Але коли ці ж стратегії спрямовані на ринкову нішу, вони називаються фокусуванням. Вибір конкретної стратегії конкуренції суттєво залежить від стратегічного потенціалу підприємства та можливостей розширення його ресурсів. Саме внутрішнє середовище підприємства у великій мірі визначає можливість виконання обраної стратегії.

Відмітимо, що конкурентні переваги не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки при постійному вдосконаленні всіх сфер діяльності, що є трудомістким та, як правило, дороговартісним процесом. Можливості збереження конкурентних переваг залежать від ряду таких факторів:

- Джерела конкурентних переваг. При цьому конкурентні переваги поділяються на два види: переваги високого рангу які довше зберігаються та дозволяють досягати більш високої прибутковості і переваги низького які не настільки стійкі, так як можуть бути скопійовані конкурентами.

- Очевидність джерел конкурентних переваг. При наявності певних джерел переваг (дешева сировина, певна технологія, залежність від конкретного постачальника) зростає ймовірність того, що конкуренти намагатимуться позбавити фірму цих переваг.

- Інновації. Для утримання лідируючого положення строки впровадження інновацій повинні принаймні дорівнювати строкам їх можливого повторення конкурентами чи бути коротшими.

- Відмова від наявної конкурентної переваги для отримання нової. Відмова від конкурентної переваги важлива для реалізації стратегії, так як створює бар'єри для імітаторів.

Отже, для збереження чи, навпаки, зміни конкурентних переваг у зв'язку із змінами конкурентного середовища та вподобань споживачів необхідним є постійний моніторинг дій конкурентів та відслідковування змін споживачьких смаків. Тому оцінка конкурентної сили показує, який суперник може бути найбільш уразливим при конкурентній атаці. Коли компанія володіє суттєвою конкурентною силою в галузях, в яких конкуренти є слабкими, доцільно подумати про наступ, щоб використати слабкість конкурентів.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Н.П. МАТВІЙЧУК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач СОКОВІНА Д.М.**

Велику роль у функціонуванні підприємства відіграє маркетингова діяльність та правильна її організація, оскільки лише за допомогою неї досягають цілі підприємства та досягаються найбільші обсяги продажів. Це підвищує значущість маркетингової складової в забезпеченні ефективного функціонування й розвитку промислового підприємства. У колі теоретиків і практиків особливу зацікавленість викликають проблеми визначення та оцінки ефективності організації маркетингової діяльності підприємства. Сучасне підприємство все більше набуває клієнтоорієнтованого характеру діяльності. Це підвищує значущість маркетингової складової в забезпеченні ефективного функціонування й розвитку підприємства. Питання оцінки ефективності маркетингової діяльності стають у край актуальними, тому потребують дослідження та аналізу.

Питання оцінки ефективності організації маркетингової діяльності стають у край

актуальними. Значний внесок у дослідження питань управління маркетингом на підприємствах у цілому й оцінки ефективності маркетингу зокрема зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Г. Ассель, Л. В. Балабанова, Н. В. Бутенко, О. Л. Каніщенко, К. Л. Келлер, М. В. Конишева, Дж. Ленсколд, Н. К. Мойсеєва, В. А. Пархименко, О. С. Телетов, В. А. Шаповалов. Водночас недостатньо розробленими залишаються науково-методичні засади і параметри проведення оцінки ефективності маркетингової діяльності промислових підприємств.

Вивчаючи дослідження теоретиків та практиків, у сфері яка охоплює дане питання, можна визначити, що організація маркетингу — це структура управління маркетинговими функціями, яка встановлює підпорядкованість і відповідальність за реалізацію поставлених цілей і виконання завдань.

Функції маркетингу виконує служба маркетингу, яка за організаційною структурою може бути функціональною, регіональною, товарною, сегментною, збутовою, товарно-ринковою.

Організація служби маркетингу на будь-якому промисловому підприємстві повинна починатися із переорієнтації менеджменту підприємства на маркетинговий підхід в управлінні. Для цього не достатньо лише створити відділ маркетингу із відповідним штатом працівників, а необхідно ув'язати всі структурні підрозділи підприємства разом із маркетинговим відділом у єдину систему прийняття управлінських рішень, всі елементи якої взаємопов'язані, взаємозалежні і злагоджені у виконанні своїх функцій. Тільки за умови прийняття концепції маркетингу за основу формування будь-якого управлінського рішення промислове підприємство має змогу досягнути бажаного комерційного результату та уникнути загроз, присутніх на ринку.

Зокрема, М. В. Конишева зазначає, що для ефективної організації служби маркетингу на промисловому підприємстві необхідно розв'язати такі завдання:

- вибрати оптимальну структуру управління маркетингом або ж вдосконалити вже існуючу з огляду на цілі підприємства;

- знайти фахівців відповідної кваліфікації, або здійснити необхідну перепідготовку наявних фахівців;

- оптимально розподілити обов'язки, права та відповідальність між працівниками маркетингової та споріднених служб залежно від фаху, кваліфікації, знань та практичних навичок працівників;

- створити гідні умови для ефективної діяльності працівників маркетингової служби, що включає в себе ефективну організацію робочих місць із застосуванням засобів автоматизації праці та дотриманням вимог щодо безпеки життєдіяльності, а також формування сприятливого психологічного клімату у колективі;

- забезпечити ефективну взаємодію маркетингової служби підприємства із іншими адміністративними та виробничими службами та підрозділами підприємства.

В ідеалі маркетинг на промисловому підприємстві є однією з головних функцій, в процесі реалізації якої «особливе значення приділяється інтеграції всіх ресурсів для досягнення основної цілі підприємства, яка виражається у тривалому і стійкому існуванні на ринку». Однак, на багатьох українських промислових підприємствах служба маркетингу нерівноцінна у свої правах та обов'язках з іншими основними службами й підрозділами. З огляду на це, при формуванні організаційної структури маркетингу на промисловому підприємстві зі сформованою загальною організаційною структурою слід враховувати загальні принципи побудови управлінської структури та форми її реалізації.

При формуванні та організації служби маркетингу на промисловому підприємстві необхідно враховувати напрямки товарної політики підприємства та політики розподілу, а також розміри і характер діяльності підприємства, його виробничі потужності та інноваційний потенціал.

Отже, в умовах формування ринкового середовища в Україні вагомим фактором впливу на ефективність підприємництва є оптимальна організація маркетингової діяльності. Нині це актуально для усіх без винятку підприємств. Орієнтація на ринок споживання, поява

елементів конкуренції, інтеграція в світовий економічний простір потребують від національного підприємництва якнайшвидшого руху до ринку, а це значною мірою залежить від організаційної структури управління маркетинговою діяльністю. З метою адаптації організаційних структур управління до ринкового середовища потрібно розробити відповідну прикладну теорію оптимізації організаційних структур управління.

РОЗВ'ЯЗОК ЗАДАЧ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗАСОБАМИ ПАКЕТУ ПРИКЛАДНИХ ПРОГРАМ MARKETING EXPERT

Н.П. МАТВІЙЧУК, студ. IV курсу ф-ту економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач КУТКОВЕЦЬКА Т.О.

Стратегічний план маркетингу повинен містити визначені стандартні форми (GAP-аналіз, SWOT-аналіз, багатокритеріальний Portfolio аналіз, сегментний аналіз). Інструментальні засоби програми Marketing Expert допомагають користувачеві одержати і надрукувати всі стандартні форми, а також забезпечують його рядом додаткових можливостей аналізу при плануванні.

Розглянемо більш детально кожну форму планування маркетингу засобами пакету прикладних програм Marketing Expert.

GAP-аналіз. Розв'язання задач GAP-аналізу забезпечується за рахунок збереження в одному проєкті декількох варіантів плану маркетингу, які є реалізацією прогнозу і чотирьох стратегій Ансоффа (стратегія проникнення на ринок, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку товару, стратегія диверсифікації). У спеціальному діалоговому вікні «GAP-аналіз» користувач має можливість вибрати варіант плану, для якого будуть вводитися вихідні дані по продажах і витратах. Після цього при відкритті вікон введення даних для будь-якого об'єкта «Карти ринку» у заголовку діалогової панелі висвічується назва обраної стратегії. При виборі стратегії Ансоффа є можливість завантаження даних із попередньої стратегії. Користувачу залишається лише додати необхідні заходи, характерні саме для цієї стратегії, витрати на ці заходи і прогнозований прибуток та порівняти її результати з попередніми стратегіями і з метою компанії, яка також вводиться в діалоговому вікні «GAP-аналіз».

Діалогове вікно «GAP-аналіз» також дозволяє зібрати інформацію з усіх сегментів про плановану загальну кількість усіх товарів, по періодах планування, при необхідності з відповідними цінами і знижками. Така інформація необхідна, насамперед, для розробки відповідного плану виробництва. «GAP-аналіз» має необхідні графічні засоби і засоби друку, що дозволяють наочно зобразити результати аналізу та одержати їх копії.

SWOT-аналіз. SWOT-аналіз проводиться як на етапі аудиту, так і на етапі закінчення планового періоду. Marketing Expert містить спеціальне діалогове вікно, що дозволяє користувачу проводити порівняльний конкурентний аналіз для будь-якого сегмента ринку в початковий і кінцевий періоди планування. Для цього попередньо необхідно за допомогою зв'язків «підкріпити» об'єкти типу «конкурент» до даного сегмента і задати Ключові Фактори Успіху для даного сегмента ринку, а потім проставити відповідні оцінки для своєї компанії і для конкурентів за десятибальною шкалою. В результаті користувач одержить відносну «Силу бізнесу» своєї компанії на даному сегменті. У цьому ж діалоговому вікні можна задати сумарний відсоток для всіх учасників аналізу і в результаті одержати експертну оцінку своєї частки ринку. Потрібно зауважити, що ця процедура не входить у стандартний SWOT-аналіз і є додатковим інструментом аналізу. Користувач може одержати наочну графічну інтерпретацію порівняльної конкурентоздатності.

Portfolio аналіз. Матричні моделі Portfolio аналізу (BCG, GEM) є не тільки інструментами аудиту, але і наочними і зручними засобами видачі стратегічних рекомендацій по номенклатурі продукції або сегментах ринку в залежності від їхнього розташування в матричних моделях. Бостонська матрична модель надає рекомендації не лише по загальному виду продукту в залежності від його розташування в матриці, що є

фактично рекомендаціями для різних фаз життєвого циклу продукту, але й конкретні консультації з комплексу Marketing Mix (Товар, Ціна, Збут, Просування). Особливим інтегральним критерієм у багатокритеріальному порівняльному аналізі, що заповнюється для сегментів ринку, є «Привабливість ринку». Експертна оцінка цього критерію в сукупності з «Силою бізнесу» на даному сегменті, отримана в результаті проведення SWOT-аналізу, дає можливість побудувати матричну модель ГЕС, що дає рекомендації по інвестуванню, селективному управлінню або вилученню засобів для сегментів ринку.

Аналіз ризику і невизначеність. Marketing Expert також надає можливість користувачу враховувати ймовірнісний характер майбутніх подій і тим самим проводити аналіз ризику і невизначеності. Програма дозволяє задавати як ймовірнісний характер факторів мікрооточення (прибутки від продажів, операційні і виробничі витрати – діалогове вікно «Аналіз ризику»), так і фактори макрооточення (обсяг ринку, частка ринку – діалогове вікно «Аналіз невизначеності»).

Оптимальне цінове планування. Діалогове вікно «Аналіз ризику» також використовується і для розв'язання зворотних задач по заданих результатах (дохід, прибуток, рентабельність). Зокрема, вирішуються задачі пошуку коштів покриття витрат для групи товарів. Кошти на покриття витрат компанії – це лише один із критеріїв, які можуть бути застосовані для пошуку оптимальних цін.

Алгоритми прогнозування. Програма «Marketing Expert» містить вбудовану систему прогнозування, яка дозволяє робити прогноз (екстраполяцію) обсягу продажів за допомогою екстраполяції даного періоду на наступні з визначеним кроком росту (він може бути як позитивним, так і негативним);

Експоненціальне згладжування. Добір моделі – вибирається одна з восьми математичних моделей для згладжування по методу найменших квадратів і прогнозування тренда.

Сезонність – використовується проста модель обліку сезонних коливань за допомогою обчислення сезонних коефіцієнтів.

Таким чином, використовуючи інструментальні засоби програми Marketing Expert користувач має можливість автоматизувати планування маркетингу, а саме планування виробництва товару, конкурентоздатності, аудиту та прогнозування обсягів його продажу.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВ

**Ж.О. МЕЛЬНИК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: асистент КОЗЛОВА І.М.**

Для здійснення виробничої діяльності всі підприємства, крім основних засобів, повинні мати в необхідних розмірах оборотні кошти. Вони необхідні для придбання техніки, виробничих матеріалів, оплати праці, розрахунків з бюджетом та іншими ланками фінансово – кредитної системи і т. д.

Кошти – це засоби у виді грошей, що знаходяться в касі підприємства, на рахунках у банках, в акредитивах, у підзвітних осіб і т.д.

Готівкові розрахунки – це сукупність матеріальних цінностей у вигляді готівки, які перебувають у розпорядженні підприємства для забезпечення його поточної фінансово – господарської діяльності.

Чинний порядок організації готівкових розрахунків передбачає, що розрахунки готівкою підприємств між собою та з підприємцями і фізичними особами проводяться як за рахунок коштів, одержаних з кас банків, так і за рахунок готівкової виручки. Здійснюються через касу підприємств із веденням касової книги встановленої форми.

Вільні грошові кошти підприємств повинні обов'язково зберігатися в банку. Готівку, необхідну для забезпечення господарської діяльності, підприємства зберігають у своїх касах. Частина грошових коштів видається під звіт співробітникам підприємства для витрат, що

виникають у зв'язку з виконанням доручень адміністрації підприємства.

Гранична сума готівкового розрахунку одного підприємства (підприємця) з іншим підприємством (підприємцем) протягом одного дня за одним або кількома платіжними документами встановлюється відповідною постановою Правління Національного банку України. Платежі понад зазначену граничну суму проводяться виключно в безготівковій формі. Кількість підприємств (підприємців), з якими здійснюються розрахунки, протягом дня не обмежується.

Гранична сума готівкового розрахунку становить 10000 гривень.

Зазначені обмеження не поширюються на:

а) розрахунки підприємств (підприємців) з фізичними особами, бюджетами та державними цільовими фондами;

б) добровільні пожертвування та благодійну допомогу;

в) використання коштів, виданих на відрядження.

Обов'язок підприємств здавати готівкову виручку на поточні рахунки у комерційних банках є одним з основних принципів організації готівкового обігу в Україні. Виручку належить здавати в банк, як правило, удень її надходження, а якщо в населеному пункті дислокації підприємства немає установи банку, здачу виручки в банк слід здійснювати не рідше, ніж один раз за 5 днів. За рахунок виручки підприємства мають право здійснювати готівкові розрахунки з урахуванням установлених обмежень, інші виплати, пов'язані з господарською діяльністю. При цьому передбачено, що підприємство має право використовувати виручку на виплату заробітної плати лише за умови відсутності податкових боргів. Дане обмеження зумовлене необхідністю забезпечення своєчасної і повної сплати підприємствами податків і внесків до державних цільових фондів у порядку і строки, визначені чинним законодавством.

Також, на відміну від безготівкового, готівковий обіг характеризується низкою негативних особливостей, а саме:

- готівково-грошовий обіг характеризується високими витратами щодо його організації. Це пов'язано з випуском (емісією) готівки, транспортуванням, збереженням, заміною зношених купюр і т. ін.;

- на основі готівкової форми організації грошового обігу складно забезпечити належний контроль з боку держави за грошовим оборотом;

- розрахунки між господарюючими суб'єктами у готівковій формі відкривають можливість для різних фінансових порушень, наприклад, для приховання прибутку, ухилення від податків тощо.

Зазначені недоліки готівково-грошового обігу змушують державу йти на максимальне застосування безготівкових розрахунків. У сучасних умовах цьому сприяє подальший розвиток кредитних грошей (наприклад, у вигляді широкого застосування кредитних карток) і науково-технічний прогрес, що сприяє впровадженню безготівкових розрахунків навіть на рівні роздрібною торгівлі. Крім того, у ряді країн розрахунки готівкою обмежуються адміністративними заходами. Як правило, це стосується платежів великими сумами. Унаслідок проведення такої політики, частка готівки в країнах з високорозвиненою ринковою економікою, як правило, невелика і складає 5–7% усієї грошової маси.

Висновки. Враховуючи наведені недоліки даних розрахунків можна казати, що застосування безготівкових розрахунків є доцільнішим, оскільки при цих розрахунках не виникає додаткових витрат пов'язаних з транспортуванням коштів, вони є більш надійними і також за таких розрахунків держава може здійснювати контроль за діяльністю підприємств. Також ці розрахунки гарантують надходження податків до бюджету, тому що спочатку відбуваються розранки з бюджетом, а потім із іншими підприємствами.

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ МАНЬКІВСЬКОГО РАЙОНУ

**О.В. МЕЛЬНИЧЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРТНИК Т.І.**

У сільському господарстві окреме підприємство не є єдиним виробником сільськогосподарської продукції, у процесі своєї діяльності воно стає учасником конкурентної боротьби. Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності.

Проблема конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є актуальною в умовах необхідності забезпечення продовольчої безпеки кожної країни і покращення здоров'я їх громадян, яку можна вирішити шляхом підвищення економічної ефективності виробництва продукції.

Конкурентоспроможність, як економічна категорія виражає економічні відносини між підприємствами з приводу їх здатності до стабільного позиціонування себе на ринку відповідної продукції завдяки конкурентним перевагам по відношенню до своїх конкурентів. Конкурентоспроможність характеризує показники собівартості, рентабельності продукції, урожайності, дохідності виробництва, продуктивності праці, прибутковості, платоспроможності, ділової активності, ліквідності, рентабельності та ін.

На сьогодні існує велика кількість методик оцінки конкурентоспроможності підприємства, як відносно простих, так і набагато складніших. Проведемо дослідження рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств Маньківського району на основі аналізу коефіцієнтів дохідності та конкурентоздатності (таблиця 1).

Для оцінки рівня конкурентоспроможності різних видів продукції, і підприємств, ми використаємо такі основні показники, як коефіцієнт конкурентоздатності, який розраховується як відношення прибутку від реалізації сільськогосподарської продукції до суми грошових надходжень від її реалізації, та коефіцієнт дохідності, який розраховується як відношення суми грошових надходжень від реалізації сільськогосподарської продукції до її повної собівартості.

У 2011 році найбільший коефіцієнт дохідності мав соняшник це 1,296, і виробництва молока 1,36. І відповідно відповідні тут і найвищий коефіцієнт конкурентоздатності відповідно соняшник 0,228, а молоко 0,266. У інших продуктів – коефіцієнт дохідності у 2011 році коливається від 1,056 до 0,636, а коефіцієнт конкурентоздатності від 0,053 до -0,079. При порівнянні звітнього 2011 року з 2009 роком спостерігається зниження коефіцієнта дохідності і конкурентоспроможності по всіх продуктах сільськогосподарського виробництва.

1. Коефіцієнти дохідності та конкурентоздатності продукції в сільськогосподарських підприємств Маньківського району

Вид продукції	Коефіцієнт дохідності		Відхилення 2011р. до 2009р. «+,-»	Коефіцієнт конкурентно-здатності		Відхилення 2011р. до 2009р. «+,-»
	2009р.	2011р.		2009р.	2011р.	
Озима пшениця	1,306	1,056	-0,25	2,344	0,053	-2,291
Ячмінь	1,02	0,925	-0,095	0,017	-0,079	-0,096
Соняшник	1,563	1,296	-0,276	0,360	0,228	-0,132
Свині (в живій вазі)	0,836	0,676	-0,16	-0,195	-0,477	-0,672
ВРХ (в живій вазі)	0,629	0,636	0,007	-0,587	-0,570	-1,157
Молоко	1,380	1,36	-0,02	0,275	0,266	-0,009

Для того, щоб об'єктивно оцінити рівень конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств слід використовувати систему показників та різні

методології їх узагальнення, тому для більш точної оцінки скористаємось методом рангів. Ранжування для аналізу конкурентоспроможності досліджуваних підприємств наведено в таблиці 2.

2. Економічні показники ефективності виробництва продукції сільськогосподарських підприємств Маньківського району в 2011 році

Показник		Виробництво валової продукції на 1 га с/г угідь тис.грн	Прибуток, збиток на 1 га., с/г угідь грн	Рентабельність, %	Матеріально-грошові витрати на 1 га с/г угідь тис.грн	Всього
ТОВ "Багва"с.Багва	Показник	4,5955	1240	32,0	3,812233	
	Ранг	4	4	7	8	6
СТОВ "Відродження"с..Березівка	Показник	43,20117	360	9,7	3,338231	
	Ранг	4	12	4	3	4
ТОВ"Дзензелівське " с.Дзензелівка	Показник	6,635461	2984	81,7	3,451888	
	Ранг	2	9	9	12	5
ТОВ "Автодор" с.Маньківка	Показник	3,09592	9	0,4	3,337313	
	Ранг	8	1	2	2	3
ТОВ "ЧорнаКам"янка" с.Ч.Кам"янка	Показник	6,275839	-62,	-0,7	8,808315	
	Ранг	5	8	1	1	11
ТОВ "Кищенці" с.Кищенці	Показник	7,296429	12660	36,3	9,142857	
	Ранг	1	10	12	9	12
ТОВ "Нестерівка" с.Нестерівка	Показник	5,690448	1847	23,5	7,840495	
	Ранг	3	6	8	6	10
ТОВ "ДУКРА агро" с.Роги	Показник	4,558242	689	27,6	2,117739	
	Ранг	6	3	6	7	1
ВАТ"Агропроммеханізація"	Показник	6,078581	2634	42,5	4,995978	
	Ранг	2	7	10	10	8
ДП "Грім" с.Паланочка	Показник	4,710268	765	16,9	4,522757	
	Ранг	6	5	5	5	7
СФГ "Петровіт" с.Попівка	Показник	13,29885	3042	73,4	5,726577	
	Ранг	1	11	11	11	9
ПП "ПерлинаТікича"	Показник	4,314427	352	13,2	2,623189	
	Ранг	7	2	3	4	1

Застосування даного методу ґрунтується на визначенні місця підприємств – конкурентів за кожним показником шляхом ранжування досягнутих значень. Для ранжування було вибрано 12 сільськогосподарських підприємства різних організаційно-правових форм господарювання.

Отже, проаналізуємо результати ранжування сільськогосподарських підприємств, всіх форм власності і господарювання, Маньківського району за даними 2011 року. Для порівняльної оцінки взято такі показники: виробництво валової продукції на 1 га с/г угідь (тис.грн.), прибуток (збиток) на 1 га с/г угідь, (грн.), рівень рентабельності (%). Якщо аналізувати такий показник, як прибуток (чи збиток) на 1 га, то тут діапазон коливається від -62 грн/га цеу ТОВ «Чорна Кам'янка», до 12660 грн/га це у ТОВ «Кищенці». Рівень рентабельності змінюється від -0,7 по ТОВ «Чорна Кам'янка», до 81,7 по ТОВ «Дзензелівське». Ранжування показників здійснено від найменшого до найбільшого значення. Таким чином в підсумковій оцінці найбільше балів набрали СФГ «Петровіт» та ТОВ «Чорна Кам'янка», ТОВ «Дзензелівське» та ВАТ «Агропроммеханізація» набрали по 35 балів і займають друге місце, четверте місце розділили між собою підприємства ТОВ

«Багва» і СТОВ «Відродження» які набрали – відповідно 25 і 23 бала, а останнє місце займає ТОВ «Автодор» лише 8 балів. Порівняльна оцінка конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств Маньківського району показала, що найбільш сильні конкурентні позиції по виробництву валової продукції на 1 га с/г угідь (тис.грн.) має СТОВ «Відродження» с.Березівка, це – 43,20117 тис.грн, найбільший прибуток на 1 га має ТОВ «Кищенці» це 12660 тис.грн., найвищий рівень рентабельності у ТОВ «Дзензелівське» с. Дзензелівка це 81,7%.

Для подальшого підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських виробників необхідне удосконалення галузевої структури суб'єктів господарювання, науково обґрунтована спеціалізація і концентрація виробництва, де не тільки нарощується виробництво продукції, а й раціонально використовують її в господарстві і розподіляють по каналах реалізації. Необхідно підвищувати продуктивності праці, ефективно використовувати ресурсний і виробничий потенціал та врахувати вимоги ринку. Також необхідно відпрацювати фінансово-кредитну, податкову та цінову політику в агропромисловому виробництві, стимулювати розвиток різних організаційно-правових форм господарювання, розвинути ринкову інфраструктуру, підвищити ефективність роботи маркетингових, менеджерських та інформативних служб тощо.

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПАТ «УМАНСЬКИЙ ЗАВОД «МЕГОММЕТР»

**Я.В. МЕЛЬНИЧУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н, доцент СКУРТОЛ С.Д.**

В умовах ринкових відносин товар є центральною ланкою в маркетингу і служить засобом задоволення фундаментальних людських потреб. Успіх діяльності підприємства залежить, насамперед, від наявності високоякісного та необхідного споживачеві товару. Тому, товарній політиці підприємства, як інструменту маркетингу, відводиться центральне місце.

В основі управління товарами лежить розуміння потреб потенційних споживачів і конкурентної ситуації на ринку. Товар – це головна зброя компанії в конкурентній боротьбі за обмежений попит. Завдяки вдалому товару невідома компанія може перетворитися на лідера ринку, або навпаки – лідер ринку може зіпсувати свою репутацію невдалим товаром.

Маркетингова товарна політика – комплекс заходів, за яких один або кілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми. Іншими словами, це розроблення та прийняття рішень щодо створення і просування на ринку товарів підприємства.

Розробка і здійснення товарної політики вимагає дотримання наступних умов:

- чіткого уявлення про цілі виробництва, збуту і експорту на перспективу;
- наявності стратегії виробничо-збутової діяльності;
- хорошого знання ринку і вимог, які він ставить;
- уявлення про можливості підприємства.

На ПАТ «Уманський завод «Мегометр» складають виробничу програму або план виробництва та реалізації продукції. Виробнича програма визначає необхідний обсяг виробництва продукції у плановий період, який номенклатурою, асортиментом і якістю відповідає вимогам плану продажу.

На даний час підприємство виготовляє 28 видів виробів. Асортимент продукції, що виробляється, значно розширився. Так в 2008р. в асортимент входило п'ятнадцять найменувань продукції, тоді як в 2005 р. виготовлялося тільки десять найменувань вимірвальних приладів. Підприємство виготовляє такі групи товарів: вимірвачі току, напруги, і частоти; вимірвачі опору ізоляції; вимірвачі опору заземлення; вимірвачі ланцюгу фаза-нуль; прилади для визначення відстані до місця пошкодження кабелю; трансформатори та інші прилади. Кожна з цих груп включає окремі різновиди приладів, створюючи глибину асортименту.

Фахівці підприємства працюють над удосконаленням та модернізацією існуючих приладів, розробляють нові з поліпшеними метрологічними, технічними і споживчими характеристиками і високою якістю. Підтвердженням тому є сертифікація підприємства за системою якості ДСТУ ISO 9001-2001.

Об'єм річного випуску продукції підприємства поступово збільшується.

В 2009 році випуск продукції становив 20768 шт., в 2010 об'єм виробництва продукції збільшився до 22224 шт.; у 2011 р. – склав 33001 шт. Це стало можливим завдяки збільшенню виробничих потужностей заводу, що, в свою чергу, призвело до поступового завоювання позицій на ринку.

Товарна політика підприємства побудована досить грамотно, але в умовах ринкової економіки вона вимагає постійного вдосконалення. Вважаємо, що для вдосконалення товарної політики підприємства, необхідно дотримуватись напрямків діяльності, що дозволять підприємству бути конкурентоспроможним на ринку, збільшити товарообіг, а отже, збільшити прибуток, а саме:

1) Покращення якості виробленої продукції. Для цього необхідно проводити анкетування серед споживачів для визначення їх переваг;

2) Розширення клієнтської бази даних:

- здійснення пошуку нових покупців;

- введення нових умов співпраці (відстрочка платежів, бонусні програми, знижки);

- стимулюванню збуту.

3) Удосконалення технічного виробництва товарів:

- заміна обладнання, придбання нового;

- поліпшення технічної бази підприємства;

- збільшення обсягу виробництва.

4) Розглянути весь асортимент виробленої продукції і на основі анкетування прибрати товари, які не задовольняють потреби цільового споживача, і виводити на ринок нові види товарів, які будуть користуватися попитом;

5) Підприємству слід звернути увагу на формування цінової політики. В умовах ринкової економіки і великої кількості конкурентів, було б доцільно використовувати метод ціноутворення – установа ціни на основі поточних цін на аналогічні товари, що підвищило б рівень конкурентоспроможності товару, а в перспективі могло б збільшити обсяг продажів.

Для вдосконалення товарної політики підприємству можна застосовувати бенчмаркінг товарної політики – безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик. Він є одним з найбільш дієвих методів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства. Він дає змогу:

- оптимізувати асортимент відповідно до кон'юнктури ринку;

- вдосконалювати товарну політику з мінімальними фінансовими і часовими затратами;

- відстежувати поведінку конкурентів;

- модернізувати власну виробничо-збутову діяльність.

Отже, аналіз методологічних аспектів розробки та реалізації маркетингової політики має першочергове значення для вдосконалення маркетингової діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

**Є.А. МИХАЙЛОВИН, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. УЛЯНИЧ Ю.В.**

Фінансові ресурси – це кошти, що знаходяться в розпорядженні підприємства і призначені для здійснення поточних витрат і витрат по розширеному відтворенню, для

виконання фінансових зобов'язань і економічного стимулювання працюючих. Фінансові ресурси спрямовуються також на утримання і розвиток об'єктів невиробничої сфери, споживання, нагромадження, у спеціальні резервні фонди та ін.

Формування фінансових ресурсів здійснюється за рахунок джерел: власних і залучених. Можлива більш детальна класифікація: власні й прирівняні до них засоби; ресурси, що мобілізуються на фінансовому ринку; грошові надходження в порядку перерозподілу.

Первісне формування фінансових ресурсів відбувається в момент створення підприємства, коли утворюється статутний капітал. Статутний капітал – це майно підприємства, створене за рахунок внесків засновників.

Фінансові ресурси формуються головним чином за рахунок прибутку (від основної та інших видів діяльності), а також доходу від реалізації майна, сталих пасивів, різних цільових надходжень, пайових та інших внесків членів трудового колективу. До стійких пасивів відносяться статутний, резервний та інший капітал; довгострокові позики; постійно знаходиться в обороті підприємства кредиторська заборгованість (по зарплаті через різницю в термінах нарахування і виплати, по відрахуваннях у позабюджетні фонди, у бюджет, по розрахунках з покупцями і постачальниками та ін.).

Значні фінансові ресурси, особливо в знову створюваних і реорганізованих підприємствах, можуть бути мобілізовані на фінансовому ринку за допомогою продажу акцій, облігацій та інших видів цінних паперів, що випускаються підприємством; дивідендів і відсотків по цінних паперах інших емітентів, доходів від фінансових операцій, кредитів.

Підприємства можуть одержувати фінансові ресурси від асоціацій і концернів, в які вони входять; від вищестоящих організацій при збереженні галузевих структур; від органів державного управління у вигляді бюджетних субсидій; від страхових організацій. У складі цієї групи фінансових ресурсів, сформованих у порядку перерозподілу, більшу роль відіграють виплати страхових відшкодувань, меншу – бюджетні й галузеві фінансові джерела, призначені на чітко обмежений перелік витрат. Структура фінансових ресурсів підприємства наведена на рис. 1.



Рис. 1. Структура фінансових ресурсів підприємства

Використання фінансових ресурсів підприємства здійснюється за такими напрямками:

- поточні витрати на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг);
- інвестування засобів у капітальні вкладення, зв'язані з розширенням виробництва і його технічним відновленням, використанням нематеріальних активів;
- інвестування фінансових ресурсів у цінні папери;
- платежі фінансовій, банківській системам, внески в позабюджетні фонди;
- утворення різних грошових фондів і резервів (на розвиток, а також заохочувального і соціального характеру);
- благодійні цілі, спонсорство і ін.

Висновки. Отже, фінансові ресурси є джерелом поповнення власного капіталу і становлять внутрішні або залучені джерела коштів, що служать для подальшого розвитку підприємства. Наявність в організаціях і госпрозрахункових підприємствах власних фінансових ресурсів забезпечує їм економічну самостійність.

ОСОБЛИВОСТІ АГРОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

**А.М. МОСЕНДЗ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор НЕПОЧАТЕНКО О.О.**

Сільське господарство – одна з найдавніших, найважливіших і найбільш ризикованих галузей економіки. Економічний і природний процес відтворення безпосередньо пов'язані між собою. Сільське господарство перебуває у великій залежності від метеорологічних та інших природних умов потребує страхового захисту.

У багатьох країнах, у тому числі країнах-членах ЄС, функціонують системи гарантійного захисту сільськогосподарських підприємств від природно кліматичних умов. У страхових компаніях за участю держави концентруються значні фінансові кошти, що дає змогу охопити страхове поле і не залишити без уваги серйозні страхові ризики.

Країни-члени ЄС мають свої особливі програми страхування сільськогосподарських товаровиробників, які різняться за ступенем участі держави у процесі страхування.

На значну частину майна сільськогосподарських підприємств не поширюється обов'язкове страхування. Тому це майно може бути застраховано в добровільній формі, не залежно від форм власності господарства. У добровільній формі може бути застрахований урожай сільськогосподарських культур, багаторічних насаджень, будівлі, споруди, сільськогосподарська техніка, транспортні засоби інше.

Сільське господарство – галузь, найбільш підвладна дії стихійних сил природи, тому воно більшою мірою потребує страхового захисту. Виділяють наступні види страхування:

- сільськогосподарських культур;
- багатолітніх насаджень;
- поголів'я тварин;
- будівель, споруд, машин, інвентаря і устаткування сільськогосподарських підприємств.

Страховими організаціями укладаються договори добровільного страхування урожаю сільськогосподарських культур і багатолітніх насаджень, що належать сільськогосподарським товаровиробникам всіх організаційно-правових форм, передбачених законодавством. На страхування приймаються:

- урожай сільськогосподарських культур, у тому числі плодово-ягідних, виноградних і інших багатолітніх насаджень;
- дерева (кущі) плодово-ягідних і інших штучних багатолітніх деревинно-чагарникових насаджень.

Урожай може бути застрахований на випадок загибелі або пошкодження від засухи, недоліку тепла, зайвого зволоження, вимокання, заморозку, вимерзання, граду, бурі,

урагану, повені і т.д. До незвичайних метеорологічних природних явищ (на випадок загибелі або пошкодження), від яких страхується урожай, відносяться тривалі дощі і вітри, сніг, іній, туман, крижана кірка, зсуви і т.д.

При страхуванні сільськогосподарських культур відшкодовуються втрати від зменшення кількості отриманої основної продукції в порівнянні з середнім урожаєм з одного гектара за останні п'ять років. Розмір збитку обчислюється виходячи із закупівельної ціни, що встановлюється в договорі страхування.

Урожай сільськогосподарських культур і багатолітніх насаджень за бажанням страхувальника може бути застрахований лише на випадок повної загибелі посівів або частини площі культури. Розмір збитку визначається виходячи із страхової суми на 1 га і розміру площі загиблих посівів культури.

На сучасному етапі сільськогосподарське страхування проходить глибоку кризу, основними причинами якої є, насамперед, відсутність економічної стабільності, сталого зростання виробництва, неплатоспроможність більшості сільськогосподарських підприємств і дефіцит фінансових ресурсів.

1. Розвиток ринку агрострахування в Україні (за роками)

Показник	2008	2009	2010	2011	2012
Застрахована площа, тис. га	668,3	2358,2	1171,6	517,3	670,1
Страхова сума, млн грн	616,7	2600,4	3153,4	1256,7	1799,7
Страхова премія, млн грн	28,5	117,2	155,4	42,7	59,7
Розмір понесених збитків, млн грн	4,6	50,6	13,8	10,9	9,7
Розмір виплаченого страхового відшкодування, млн грн	2,6	24,8	5,9	6,7	4,9

Разом з тим, страхування сільськогосподарських ризиків в Україні необхідне, ринок агрострахування поступово розвивається, хоча, в силу своїх особливостей, досить повільно. Проект Міжнародної фінансової корпорації (МФК) «Розвиток агрострахування в Україні» по завершенню кожного сезону страхування традиційно проводить дослідження ринку агрострахування. Так, у 2012 р. було застраховано сільськогосподарських культур на площі 670,1 тис. га (табл. 1). Сума зібраних премій на ринку агрострахування у 2012 р. склала 59,7 млн грн, страхова сума відповідно 1799,7 млн грн.

В Україні найбільш розвиненим є страхування озимих культур на період перезимівлі. За цим напрямом пропонується шість страхових продуктів. У 2010 р. було укладено 467 договорів страхування озимих культур, більша частина з яких щодо продуктів страхування від повної загибелі (202 договори) та часткової або повної загибелі посівів культур (224 договори), кількість договорів з інших страхових продуктів була незначною.

З метою успішного та стабільного розвитку агрострахування необхідним постає прийняття ряду заходів щодо вдосконалення законодавчої та регулятивної сфер. Слід зазначити, що у минулому сезоні щодо страхування озимих культур страхові компанії довели з однієї сторони, свою ефективність, а з іншої – прагнення надати якісний страховий захист аграріям. Водночас, на державному рівні необхідно вжити низку заходів щодо подальшого ефективного розвитку ринку агрострахування ключовими серед яких доцільно виділити наступні:

- законодавчого визначення та закріплення основ ринку агрострахування – прийняття Закону про сільськогосподарське страхування;
- визначення на урядову рівні довгострокової політики держави відносно агрострахування;
- посилення та затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців з агрострахування і впровадження програми сертифікації;
- за умови відновлення програми субсидування премій – встановлення кваліфікаційних вимог щодо страховиків, які надають послуги з субсидованого агрострахування.

Висновки. Доцільним за даної ситуації постає продовження роботи зі створення відповідної інфраструктури, включаючи створення Агенства з управління ризиками та об'єднання агростраховиків.

ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**О.О. МОСКОВЧУК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. УЛЯНИЧ Ю.В.**

Успішна інвестиційна та операційна підприємницька діяльність можлива лише за наявності надійного фінансового фундаменту, тобто достатнього обсягу капіталу. Мобілізація підприємством необхідних для виконання поставлених перед ним планових завдань фінансових ресурсів називається фінансуванням. З іншого боку, система використання різних форм і методів для фінансового забезпечення функціонування підприємств та досягнення ними поставлених цілей називається фінансовою діяльністю.

Згідно з П(С)БО фінансова діяльність – діяльність, яка веде до змін розміру і складу власного та позичкового капіталу підприємства. Основний зміст фінансової діяльності полягає у фінансуванні підприємства.

До типових прикладів руху коштів у результаті фінансової діяльності слід віднести: надходження власного капіталу; отримання позичок; погашення позичок; сплата дивідендів.

Фінансова діяльність має вирішальний вплив на процеси генерування вартості підприємства. Так, оптимізація структури капіталу (оптимізація фінансування) веде до зменшення затрат на його залучення і створює фінансову базу для успішної операційної та інвестиційної діяльності.

Питанню фінансової діяльності підприємств присвячені праці багатьох вітчизняних науковців: О.О. Терещенка, В.І. Аранчія, Г.І. Філіної, І.В. Зятковського, А.Г. Загороднього, Л.О. Омелянович та ін.

Зміст фінансової діяльності трактується вченими по-різному. Розглядається вузьке та широке розуміння категорії «фінансова діяльність», підкреслюється зв'язок сутності фінансової діяльності з фінансуванням, фінансовим забезпеченням.

У широкому значенні під фінансовою діяльністю розуміють усі заходи, пов'язані з мобілізацією капіталу, його використанням, примноженням (збільшенням вартості) та поверненням. Інакше кажучи, фінансова діяльність включає весь комплекс функціональних завдань, здійснюваних фінансовими службами підприємства і пов'язаних з фінансуванням, інвестиційною діяльністю та фінансовим забезпеченням (обслуговуванням) операційної діяльності суб'єкта господарювання

Фінансову діяльність підприємства спрямовано на вирішення таких основних завдань:

- фінансове забезпечення поточної виробничо-господарської діяльності;
- пошук резервів збільшення доходів, прибутку, підвищення рентабельності та платоспроможності;
- виконання фінансових зобов'язань перед суб'єктами господарювання, бюджетом, банками;
- мобілізація фінансових ресурсів в обсязі, необхідному для фінансування виробничого й соціального розвитку, збільшення власного капіталу;
- контроль за ефективним, цільовим розподілом та використанням фінансових ресурсів.

Для реалізації завдань, що вирішуються в процесі фінансової діяльності, необхідно визначити напрями фінансової роботи, які дозволять сформулювати й ефективно використовувати джерела фінансування підприємства. В першу чергу до напрямів фінансової діяльності підприємства відносять:

- планування фінансово-господарської діяльності підприємства;
- формування необхідної ресурсної бази;

- оцінка ефективності капіталовкладень і забезпечення їх фінансування на найбільш вигідній основі;

- управління грошовими фондами підприємства;
- забезпечення ведення кваліфікованого бухгалтерського обліку;
- формування та реалізація ефективної податкової політики.

Здійснення ефективної фінансової діяльності пов'язане визначеною системою **фінансового управління**. Успішне управління фінансами залежить від ефективного поєднання двох підсистем, які складають його суть: підсистеми, що управляє, і підсистеми, якою управляють.

Процес управління фінансовою діяльністю підприємства базується на певному механізмі, який включає елементи зовнішнього та внутрішнього регулювання. Кожному елементу механізму управління відповідає певний напрям дії.

Висновки. Отже, фінансова діяльність підприємств у сучасних умовах господарювання виходить за рамки тільки однієї складової господарської діяльності: вона поширюється й на операційну, й на інвестиційну діяльність та розглядається як комплекс фінансових заходів, здійснення яких опосередковує всю господарську діяльність, спрямованих на оптимізацію фінансового забезпечення підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ ПЛАТИ ЗА ЗЕМЛЮ

**І.В. МОТУЗ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: ЛІСА Н. В.**

Оподаткування землі як важливий чинник соціально-економічного розвитку України через раціональне землекористування потребує особливої уваги з боку діяльності держави. У першу чергу необхідно зазначити, що користування землею в Україні є платним. Це визначено у Земельному кодексі та Податковому кодексі України.

Податок на землю є одним із перших податкових платежів у вітчизняній історії, який сплачувався ще за часів Київської Русі. На сьогодні в Україні сума надходжень від оподаткування землі становить близько 10 млрд грн, а це значні фінансові ресурси для місцевих бюджетів.

Однак, відповідно до дослідження ділового середовища, проведеного IFS, українська система адміністрування податків є однією з найскладніших у світі. Україна посідає 181-ше місце серед 183 країн світу за показниками умов сплати податків.

Згідно із ст. 14 Конституції України, земля – основне національне багатство, яке перебуває під особливою охороною держави. Реалізація цього конституційного положення передбачає необхідність удосконалення існуючих засобів охорони щодо раціонального використання земельних ресурсів у державі, що зумовлює важливість методів адміністрування плати за землю з метою реалізації цього масштабного завдання для землевласників, землекористувачів України та для держави в цілому. Адміністрування плати за землю в цілому побудовано за принципами та методологією податкового адміністрування взагалі, хоча і має свої нюанси. Таким чином, за загальною схемою у цих правовідносинах одна сторона – платник земельного податку або орендної плати за земельні ділянки державної і комунальної власності – знаходиться у владному підпорядкуванні щодо іншої сторони – державного податкового органу, що діє від імені держави і забезпечує надходження цих земельних платежів до бюджету.

Таким чином, уповноваженому органу виконавчої влади належать владні повноваження, а платнику податку – обов'язок покори. Такі взаємовідносини, як правило, забезпечуються адміністративним примусом. Однак реформаційні процеси в Україні привели до поступових змін базових принципів взаємовідносин з платниками податків, при яких передбачається становлення рівноправних, партнерських відносин між податківцями й платниками податків. Тому при виборі методів адміністрування плати за землю управлінці

керуються основною концепцією стратегічного плану розвитку ДПС України до 2014 р., що наголошує докорінну зміну філософії спілкування з платниками податків з фіскальної на добровільну сплату податків. З огляду на те, що в сучасному адмініструванні податків підвищується роль людського фактора, поряд з механізмами примусового стягнення плати за землю необхідно збільшувати спектр методів переконання. Запропоновано постійно збагачувати новими PR-технологіями, особливо при проведенні масово-роз'яснювальної, консультативної, правоохоронної та виховної роботи відповідними відділами адміністрування з платниками земельного податку та орендної плати за земельні ділянки державної і комунальної власності.

Сучасним способом адміністрування у сфері земельного оподаткування вважаємо проведення сеансів телефонної "гарячої лінії" щодо актуальних питань з нарахування та сплати земельного податку й орендної плати юридичними особами відповідно до норм ПК України. Новацією європейського рівня у сфері он-лайн консультування можна назвати започатковані податківцями он-лайн семінари (конференції) в мережі Інтернет.

Висновки. Отже, проаналізувавши всі аспекти адміністрування земельного податку, можна зазначити, що відбулися зміни після прийняття Податкового кодексу України, проте вони є не досить значними для покращення його сплати та зручності користування для платників.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НАПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

**Ю.Ю. МУДРАГЕЛЬ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МЕЛЬНИК Л.Ю.**

Всі підприємства, що мають поточні рахунки в банку, зобов'язані зберігати свої грошові кошти в установах банків. Проте для здійснення господарської діяльності (для виплати заробітної плати і витрат на відрядження, для придбання товарів і канцтоварів та ін.) їм необхідна певна кількість готівкових грошових коштів.

Особливості бухгалтерського обліку готівкових і безготівкових розрахунків малого підприємства регулюються нормативним документом, що регламентує організацію ведення касових операцій, Положення про ведення касових операцій в національній валюті в Україні.

У Положенні термін "готівкові розрахунки" вживається в наступному значенні: це платежі готівковими коштами підприємств, підприємців і фізичних осіб за реалізовану продукцію (товари, виконані роботи, надані послуги) і за операціями, безпосередньо не пов'язаними з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншого майна.

Виходячи з даного визначення, "готівкові розрахунки" передбачають не тільки розрахунки за реалізовану продукцію і т. ін., а і будь-які інші надходження готівки до каси підприємства та виплати, зокрема, позареалізаційні надходження і виплати.

Розрахунки готівковими коштами підприємства між собою і з громадянами можуть здійснюватися як за рахунок коштів, отриманих з кас банків, так і за рахунок виручки, отриманої від реалізації товарів (робіт, послуг) та інших касових надходжень. Причому, згідно ухвали Правління Національного банку України від 09.02.2005 р. № 32 сума платежу готівкою одного підприємства іншому підприємству (індивідуальному підприємцеві) не повинна перевищувати 10 тис. грн протягом одного дня поодиночі або за декількома платіжними документами.

Вказані обмеження стосуються також готівкових розрахунків підприємств на оплату за товари, придбані для виробничих (господарських) потреб за рахунок коштів, отриманих за корпоративними картками.

З касиром малого підприємства повинен бути укладений договір про повну матеріальну відповідальність. Однак на практиці нерідко у випадках, коли функції касира

одночасно виконує бухгалтер, цим нехтують, що є неприпустимим. Наявність готівки, її надходження і вибуття, фіксується у касовій книзі, записи до якої необхідно проводити щоденно. Поряд з касовою книгою може застосуватись також розрахункова книжка, якщо на малому підприємстві здійснюються розрахунки готівкою за реалізовану продукцію, роботи і послуги і коли використання реєстраторів розрахункових операцій не передбачене. Однак розрахункова книжка не може замінювати касову книгу.

На малому підприємстві ведуть одну касову книгу, яка в будь-якому випадку має бути пронумерована, прошнурована і опечатана сургучною печаткою, або з використанням клею і паперу із відбитком печатки. Після одержання або видачі грошей касир записує операцію у касову книгу, а після підрахунку підсумку, відривний аркуш касової книги, який є копією записів в ній та виконує функцію звіту касира, передає у бухгалтерію.

Якщо на підприємстві є іноземна валюта, її наявність та рух обліковують в окремій касовій книзі. Прибуткові і видаткові касові ордери виписують на суми в іноземній валюті, як у номінальній вартості валюти, так і у грошовій одиниці України – гривнях, за курсом, що діє на дату їх складання.

Надходження готівки оформляють прибутковими касовими ордерами. Про приймання готівки видають квитанцію (відривну частину прибуткового касового ордеру) за підписами бухгалтера і касира малого підприємства, її завірять печаткою.

Видачу готівки проводять за видатковими касовими ордерами або платіжними відомостями, які підписані бухгалтером і керівником малого підприємства (або уповноваженими ними особами). Якщо на рахунках, заявах тощо вже є дозвіл керівника про їх оплату, на видатковому касовому ордері він не обов'язковий.

Прибуткові і видаткові касові ордери при їх виписуванні повинні бути зареєстровані у журналі реєстрації прибуткових і видаткових касових ордерів.

Надлімітні суми готівки у касі, призначеної для виплати заробітної плати, премій, допомоги малі підприємства можуть зберігати протягом 3 днів. Після цього невидані суми необхідно внести до банку на поточний рахунок. Під звіт нові суми можна видавати лише за умови повного погашення під звітною особою попереднього авансу.

Готівка на малому підприємстві повинна зберігатись у сейфі (металевій шафі), який замикається в кінці дня касиром, і опечатується його печаткою. Ці ключі і печатка зберігаються у касира. Дублікати ключів в опечатаному касиром пакеті зберігаються у керівника малого підприємства. Раз у квартал комісією проводиться перевірка їх зберігання.

Таким чином, організація обліку грошових коштів на підприємствах малого бізнесу має дуже важливе значення, для встановлення жорстокого контролю готівкових та безготівкових коштів.

МЕТОДИКА І ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**А.В. НАУМЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МЕЛЬНИК Л.Ю.**

З переходом до ринкових відносин в економіці України змінились завдання бухгалтерського обліку. Насамперед він повинен забезпечити інформаційні потреби власника та інвесторів. Питання бухгалтерського обліку, його організації, формування показників звітності залишаються на сьогодні надзвичайно актуальними для підприємств різних форм власності, розмірів та видів діяльності. На особливу увагу серед них заслуговують малі підприємства України, розвиток яких є складовою частиною соціально-економічної політики держави. В останні роки проводиться активна законодавчо-нормативна робота по спрощенню системи оподаткування, обліку та звітності малих підприємств. Проте, нормативні документи з обліку та фінансової звітності мають недоліки та вимагають доопрацювання.

На даний час у бухгалтерському обліку малих підприємств існують такі ключові проблеми:

- а) неузгодженість критеріїв визначення малих підприємств у чинних нормативних документах з підприємництва, бухгалтерського обліку, оподаткування,
- б) складність застосування окремих П(С)БО та формування облікової політики малого підприємства;
- в) надмірна складність методик обліку витрат для малих підприємств;
- г) недосконалість спрощених форм обліку для малих підприємств;
- д) неадекватність фінансової звітності різних за розміром, обсягом, видами діяльності підприємств малого бізнесу;

Метою даної роботи є вивчення методики і організації бухгалтерського обліку на малих підприємствах України у відповідності із сучасними вимогами до них.

Облік на малих підприємствах України регулюється Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку (П(С)БО), які в однаковому обсязі застосовуються і промисловими підприємствами. Частково специфіку малого бізнесу враховано Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва. Методичними рекомендаціями про склад та порядок заповнення облікових реєстрів малими підприємствами, П(С)БО 25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва". Не дивлячись на можливість використання спрощених форм обліку та звітності, застосування П(С)БО у малому бізнесі достатньо проблематично у зв'язку із недостатньою кваліфікацією керівництва та облікового персоналу.

У зв'язку з тим, що бухгалтерський облік відіграє важливу роль у прийнятті управлінських рішень, необхідно врахувати вимоги, які ставлять до нього різні користувачі облікової інформації. Для обґрунтування засад організації бухгалтерського обліку на малих підприємствах необхідно зробити аналіз зовнішніх та внутрішніх користувачів облікової інформації, в результаті якого будуть виявлені відмінності в їх потребах. На малих підприємствах акцент переноситься на внутрішнє використання облікової інформації. Відповідно, саме на них повинна бути зорієнтована система бухгалтерського обліку цих підприємств.

Облік малих підприємств повинен базуватись на принципах обачності, повноти висвітлення, автономності, послідовності, безперервності, нарахування та відповідності доходів і витрат, превалювання сутності над формою, історичної фактичної собівартості, єдиного грошового вимірника, періодичності. Необхідно доповнити для малих підприємств зазначений перелік принципами ефективності (економічності), ревалентності (доцільності), законності.

Принцип ефективності (економічності) означає, що облікова система малого підприємства повинна дозволяти обробляти фінансову інформацію з мінімальними витратами, а принцип ревалентності (доцільності) – облікова інформація малого підприємства повинна відображати фінансово-господарські та організаційно-технологічні особливості діяльності. Принцип законності передбачає відповідність облікової інформації вимогам чинного законодавства та підзаконних актів. Запропоновані принципи необхідно зафіксувати у нормативних документах, що стосуються регламентації обліку на малих підприємствах.

Законодавством України визначено, що підприємство може самостійно обрати одну із форм організації ведення бухгалтерського обліку, зокрема.

- ввести до штату підприємства посаду бухгалтера або створити бухгалтерську службу на чолі з головним бухгалтером;
- бухгалтерський облік і звітність здійснює безпосередньо власник підприємства або керівник за умови, що звітність такого підприємства не підлягає обов'язковому оприлюдненню;
- скористатися послугами фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності;
- укласти договір з аудиторською фірмою.

З метою нормального забезпечення ведення бухгалтерського обліку необхідно:

- визначити облікову політику;
- обрати форму бухгалтерського обліку або розробити власну;
- затвердити правила документообігу.

Нормативними документами, що регулюють організацію бухгалтерського обліку на

малих підприємствах, передбачені такі форми його ведення: журнально-ордерна, проста, спрощена, комп'ютеризована.

Отже, можна зробити **висновок**, що становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури докорінно змінюють економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, сутність їхньої діяльності. В останні роки в практиці українського бухгалтерського обліку відбуваються досить серйозні зміни, пов'язані з перебудовою всієї національної облікової системи і приведенням її до вимог міжнародних стандартів обліку.

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Є.В. НЕСТЕРЧУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент КОРОТЄЄВ М.А.**

Практика економічного життя показує, що ринок і конкуренція є основними механізмами розвитку сучасної економіки, більш могутніми і дієвими, ніж будь-які інші фактори її руху. Функціонування ринку буде тим ефективніше, чим інтенсивніша конкуренція на ньому і чим кращі створені умови для її прояву.

Вивченню проблеми конкуренції, її природи та ролі в економіці, аналізу її суті та ознак, видів і форм, механізмів функціонування і впливу на економічні процеси присвячено значну кількість досліджень вчених-економістів. Започаткована ще А. Смітом, ця тема постійно привертає увагу багатьох дослідників, чії роботи так чи інакше торкаються аналізу соціально-економічних чи економіко-політичних явищ та процесів.

Існуючі методи та методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств суттєво різняться між собою та не позбавлені певних недоліків. Загальним для всіх них є застосування одного чи декількох показників, що характеризують ефективність сільськогосподарського виробництва та конкурентоспроможність продукції. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки нового, відмінного від попередніх, методу оцінки, менш трудомісткого, та максимально точно відображаючого конкурентоспроможність сільгоспідприємств на ринку.

Враховуючи оптимальне співвідношення впливу на діяльність підприємства факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, а також спираючись на визначення поняття конкурентоспроможності сільськогоспідприємства, пропонуємо виділити дві групи характеристик його діяльності для аналізу та оцінки рівня конкурентоспроможності: ефективність сільськогосподарського виробництва, що визначається через показники продуктивності та ефективності використовуваних ресурсів, та ринкову активність підприємства, виражену через частку ринку.

Вибір саме цих характеристик діяльності сільгоспідприємства не є випадковим. Необхідність використання показників ефективності сільськогосподарського виробництва при оцінці конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства зумовлене тим, що саме вони в комплексі характеризують ефективність використання основних факторів виробництва (землі, праці, засобів та предметів праці). Лише за умови ефективного використання всіх наявних ресурсів підприємство здатне вести розширене відтворення, виробляти конкурентоспроможну продукцію, а значить і самому бути конкурентоспроможним.

Оскільки конкурентоспроможність залежить від характеру і ступеня використання умов зовнішнього середовища, що формуються детермінантами "національного ромбу" М. Портера, а підприємство та його продукція визнаються конкурентоспроможними саме на ринку, наступною характеристикою для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства є ринкова активність, що виражається через частку підприємства на ринку.

В цілому вважаємо, що алгоритм аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства має включати наступні етапи: формування сукупності досліджуваних підприємств, збір необхідної для аналізу інформації про їх діяльність, оцінка

конкурентоспроможності підприємств на основі обраної системи показників, виявлення резервів підвищення конкурентоспроможності та обґрунтування конкурентної стратегії подальших дій (рис.1).



Рис. 1. Алгоритм аналізу конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства

Запропонована методика комплексного аналізу та оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, яка ґрунтується на використанні показників ефективності сільськогосподарського виробництва та ринкової активності, що знаходить вираз у побудові конкурентної карти ринку, має явні переваги, оскільки охоплює зовнішній та внутрішній аспекти діяльності підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко та ефективно отримувати картину стану підприємств на галузевому ринку.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н.В. НИЖНИК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРТНИК Т.І.

Конкурентоспроможність продукції в умовах ринкової економіки набуває особливої актуальності в зв'язку зі вступом України до Світової організації торгівлі (СОТ), а також відкритості нашої економіки та зростання конкуренції на ринку. Конкурентоспроможність аграрного виробництва характеризується рівнем забезпеченості внутрішнього попиту країни за рахунок власного виробництва, а також його ефективністю, що в кінцевому результаті формує рівень національної продовольчої безпеки. Внутрішній попит країни на сільськогосподарську продукцію визначається рівнем її споживання населенням і

забезпеченості інших внутрішніх технологічних потреб сільськогосподарських товаровиробників.

Конкурентоспроможність – це властивість товару забезпечувати комерційний успіх в умовах конкуренції; відповідність товару умовам ринку, конкурентним вимогам споживачів за якісними, технічними, економічними й естетичними характеристиками, а також за умовами реалізації (сервіс, ціна, строки, реклама).

Питання конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції як маркетинговими так й іншими методами розглядалися в працях провідних вітчизняних науковців, серед яких Г.Н. Бобровський, М.І. Гельвановський, М.П. Канінський, М.Г. Лобас, М.Й. Малік, Н.А. Ольховька, Г.Н. Паламарчук, П.Т. Саблук, В.М. Трегобчук, Г.В. Табуній, Ф.Ф. Шампрай та ін..

В аграрному секторі економіки конкуренції властиві певні особливості, які пов'язані зі специфікою самого сільського господарства. Так, по – перше, вона проявляється в умовах невідповідності попиту і пропозиції на сільськогосподарську продукцію. По – друге, недостатня пропозиція сільськогосподарської продукції гарантує майже повну її реалізацію без особливого суперництва, а тому конкуренція, за умов відсутності будь – якої боротьби з боку товаровиробників, не виконує своєї найголовнішої функції – стимулювання розвитку виробництва і науково – технічного прогресу. По – третє, конкуренція, як відомо, є певним механізмом координації виробництва, який діє через систему цін і ринків. В аграрному секторі ця координація не може здійснюватися тільки шляхом урахування коливання цін під впливом попиту і пропозиції, необхідне також дієве державне регулювання.

У цілому, конкуренція в економіці України, зокрема в сільському господарстві, характеризується великою кількістю унікальних чинників та особливостей, урахування яких необхідне для створення і реалізації ефективної економічної політики держави.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування ринкових процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання.

Управління конкурентоспроможністю передбачає вплив на свою систему виробничо – збутової діяльності підприємства і облік системи факторів конкурентного середовища. Управління конкурентоспроможністю являє собою сукупність заходів, які виконуються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації і після продажного сервісу продукції з метою формування її привабливості для кінцевого споживача. Для цього необхідно структурувати аспекти конкурентоспроможності, виділити фактори, чітко охарактеризувати склад елементів конкурентоспроможності товару, виявити їх взаємозв'язок. Це допоможе обґрунтувати ефективні підходи до оцінки і аналізу конкурентоспроможності товару, розкрити наявні резерви і визначити стратегічні напрямки її підвищення. Отже, управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.

Серед важливих чинників підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є:

- впровадження нових форм і методів організації виробництва та праці;
- застосування нової техніки й технології;
- розвиток науково – дослідних і дослідно – конкурентних розробок;
- підвищення кваліфікації та перепідготовка працівників;
- розвиток інформаційної системи;
- пошук оптимальних критеріїв виробництва;
- зниження цін на продукцію, поліпшення її якості;
- економія ресурсів – матеріальних, людських, фінансових;
- удосконалення управління виробництвом;
- удосконалення організаційно – економічних відносин, зокрема маркетингових досліджень.

Для забезпечення стабільного розвитку сільськогосподарські підприємства, перш за все, повинні досягти певного рівня ефективності своєї роботи, а для цього необхідно впровадити і постійно вдосконалювати систему управління конкурентоспроможністю продукції, що включає в себе аналіз конкурентного середовища, оцінку рівня конкурентоспроможності продукції, планування та реалізацію конкурентних стратегій. Також важливим компонентом механізму забезпечення конкурентних переваг суб'єктів аграрних підприємств повинен стати технологічний та логістичний моніторинг у ланцюгах постачання.

Отже, можна зробити **висновок**, що конкуренція виступає важливою рушійною силою розвитку економічної системи, складовою частиною її господарського механізму, стає економічною основою, яка потребує чіткого регулювання з боку держави, що мусить відобразитися в законодавчих документах.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОРЯДКУ НАРАХУВАННЯ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ

**К.С. НІКІТЧЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРОВИК П.М.**

Зміни механізмів справляння більшості податків та податкових платежів, викликані прийняттям Податкового кодексу України, потребують нового аналізу порядків їх нарахування і сплати, який необхідно здійснювати з метою окреслення проблем справляння кожної з окремо взятих податкових форм та з ціллю обґрунтування шляхів їх вдосконалення. Одним із таких податкових платежів, механізм справляння якого в останні роки зазнав суттєвих змін, є податок на прибуток підприємств.

Податок на прибуток підприємств завжди певним чином виконував фіскальні завдання та був регулятором фінансово-економічних відносин його платників.

В той же час, із набранням чинності Податкового кодексу України механізм справляння цієї податкової форми зазнав суттєвих та, в більшості випадків, позитивних змін, зумовлених, насамперед, зміною бази його справляння, яку до цього часу складала різниця між валовими доходами, валовими витратами та амортизаційними відрахуваннями, звітного періоду, скороченням пільг з оподаткування прибутку підприємств та передбаченням поетапного в термін з 31 березня 2011 року до 1 січня 2014 року зменшення ставки цієї податкової форми.

В той же час, як демонструє практика податкового адміністрування цієї податкової форми, значна частина платників податку на прибуток як досліджуваного міста, так і Черкаської області та України в 2011 році стали подавати декларації з податку на прибуток з нулями або декларувати від'ємні значення об'єкта оподаткування з цього податку.

На наше переконання, такий стан речей, насамперед, зумовлений недоліками механізму справляння податку на прибуток. При цьому, аналіз наукових публікацій, присвячених недолікам механізму справляння податку на прибуток підприємств дозволяє відзначити, що ця податкова форма має безліч недоліків, які стосуються механізму її справляння. Не зупиняючись на всіх аналізованих в науковій літературі недоліках порядку нарахування і сплати податку на прибуток, відзначимо основні з них.

Зупиняючись на кожному окремому недоліку механізму справляння податку на прибуток, варто зазначити, що ставка цієї податкової форми вже з 01.01. 2014 року буде стабільною та досить-таки помірною.

Щодо розбіжностей між бухгалтерським та податковим обліком у визначенні доходів та витрат, то ця недоречність механізму справляння зазначеного податку була властива податку на прибуток ще до запровадження Податкового кодексу України. З часу ж набуття чинності Податкового кодексу зазначені розбіжності хоч і суттєво скоротились, але, все ж таки збереглись.

Статтею 150 Податкового кодексу України передбачено, що у разі, якщо в результаті розрахунку об'єкта оподаткування платника податку за підсумками податкового року є від'ємне значення, то сума такого від'ємного значення підлягає включенню до витрат першого календарного кварталу наступного податкового року. При цьому, розрахунок об'єкта оподаткування за наслідками півріччя, трьох кварталів та року здійснюється з урахуванням зазначеного від'ємного значення попереднього року у складі витрат таких податкових періодів наростаючим підсумком до повного погашення такого від'ємного значення.

Слід відзначити, що схожий пункт стосовно від'ємного значення об'єкта оподаткування та його перенесення на наступні податкові періоди містив нормативно-правовий акт, яким регламентувалось оподаткування прибутку підприємств до запровадження Податкового кодексу, тобто Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств», за тою тільки різницею, що від'ємне значення об'єкта оподаткування з податку на прибуток в той період платники мали право перенести на наступні податкові періоди на протязі до трьох років. Як показує практика адміністрування податку на прибуток, саме ці норми Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» та Податкового кодексу України сприяють використанню аналізованої податкової форми у схемах мінімізації податкових виплат окремих платників податків.

Стосовно податкового стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності необхідно зазначити, що на відміну від України, в більшості країн світу доходи платників податків, спрямовані ними на фінансування науково-дослідних та інвестиційно-інноваційних проектів взагалі виключаються з оподатковуваних доходів. Крім того, в Австралії 150% витрат платників податку на прибуток на інвестиційно-інноваційні потреби вираховуються з їх оподаткованого доходу.

Слід відзначити, що проблема зміни ставки податку на прибуток вирішиться автоматично після 01.01 2014 року. Поряд з цим, більшість перелічених проблем сучасного механізму справляння аналізованого податкового платежу потребують термінового та ефективного вирішення, оскільки лише їх врегулювання дозволить посилити фіскальний потенціал та регулюючі властивості цієї податкової форми.

Зокрема, на нашу думку, з метою забезпечення зростання регулюючого впливу податку на прибуток підприємств та спрощення облікових процедур, пов'язаних зі справлянням цього податку, нині нагальною необхідністю є об'єднання податкового та бухгалтерського обліку доходів та витрат платників податку на прибуток.

Крім того, з метою підвищення фіскальної ефективності справляння податку та недопущення використання цієї податкової форми а також його платників у схемах податкової оптимізації, на наше переконання, нині необхідно відмінити статтю 150 Податкового кодексу України, яка передбачає можливість перенесення від'ємного значення об'єкта оподаткування з податку на прибуток на наступні податкові періоди.

Також з метою стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, що є важливою передумовою економічного зростання та промислового розвитку України на інтенсивній основі, на наше переконання, в нашій країні необхідно звільнити від оподаткування ту частину прибутку, яка використовується на зазначені цілі.

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, слід відмітити що сучасний порядок нарахування і сплати податку на прибуток підприємств має суттєві недоліки, зумовлені недостатніми фіскальними та регулюючими властивостями цієї податкової форми.

Шляхами вдосконалення вітчизняного механізму справляння податку на прибуток, як показали результати дослідження, мають бути усунення розбіжностей між податковим та бухгалтерським обліком доходів та витрат, відміна статті 150 Податкового кодексу України, якою передбачено можливість перенесення на наступні податкові періоди від'ємного значення об'єкта оподаткування з податку на прибуток підприємств а також звільнення від оподаткування частини прибутку підприємств, що використовується його платниками на фінансування інвестиційно-інноваційних проектів.

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ

**В.О. НУМЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор МУДРАК Р.П.**

Пивна індустрія займає значну нішу в усій переробній промисловості України. Вона є прибутковою не лише для інвесторів та безпосередніх виробників, а й для держави. Останнє полягає в тому, що пивоварні підприємства є великими платниками податків, а, враховуючи специфіку продукту, і місцевих зборів. Даний продукт є досить рентабельним та популярним, тому вкладання коштів у його виробництво передбачає досить вигідні фінансові перспективи.

Прибутковість підприємств пивоваріння значною мірою залежить від багатьох факторів: наявність сировини, канали збуту, платоспроможність населення. Тому наявність прямого доступу до сировини у більшості випадків є значною конкурентною перевагою. Незважаючи на те, що в Україні вирощують ячмінь у тій кількості, яка необхідна для виробництва солоду всім пивоварним заводам, якісної сировини не вистачає. Потреба пивної галузі в продукті переробки ячменю – солоді у 2009 році складала 260 тис. т в рік, а до кінця 2011 року, за рахунок збільшення виробництва пива, вона збільшилася до 600 тис. т. При цьому біля 15-20% вітчизняного солоду – низькоякісна сировина, яку можна використовувати лише для виробництва темних сортів пива. Дефіцит хмільсировини і ячменю доводиться покривати за рахунок імпорту, а це, звичайно, відбивається на рентабельності виробництва і відпускній ціні.

На сьогоднішній день на вітчизняному пивному ринку присутні близько 50 підприємств. Якщо говорити про насичення українського пивного ринку, то слід сказати, що тут присутня четвірка лідерів – ABInBev Ukraine, Carlsbeg, Оболонь, SUBMiller BVH Ukraine. При цьому дві компанії з іноземним капіталом – датський Carlsbeg та американський ABInBev – у 2010 році контролювали понад 45% вітчизняного виробництва пивних напоїв. У 2011 році ситуація дещо змінилася і 95,3% внутрішнього ринку контролювали чотири пивоварні холдинги: Sun Inbev, "Оболонь", Baltic Beverages Holding (BVH), SABMiller. З урахуванням такої ситуації поява в галузі найближчим часом нового великого гравця є досить малоімовірною. Частки малих пивоварень становить близько 6% і поступово зменшується.

Темпи приросту основних показників розвитку галузі – імпорт, експорт та виробництво – наведені в таблиці 1.

1. Тенденції розвитку ринку пива в Україні в 2006-2011 рр.

Показник	Темп приросту по відношенню до попереднього року, %					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Імпорт	-61,1	-34,0	129,0	-23,8	63,5	68
Експорт	16,9	13,7	8,1	-1,6	-13,7	-6
Виробництво	12,1	18,3	-1,3	-3,5	4,0	-1

Аналіз фактичних показників розвитку ринку пива за 2006-2011 рр. свідчить про переважання тенденції до скорочення обсягу його імпорту на територію України. Виняток становить лише кризовий 2008 рік, коли обсяги імпорту зросли майже вдвічі, в порівнянні з попереднім роком. Пояснення цього явища досить просте, оскільки пиво – продукт, на який існує відносно стабільний попит. Якщо подивитися на динаміку внутрішнього виробництва, то можна побачити, що саме цього року обсяги скоротились на 1,3%. А обсяги споживання даного продукту постійно зростають. Тому для задоволення потреб споживачів і була залучена така значна кількість імпортного продукту. Більше половини ринку імпортного пива в Україні належить Росії. Решта практично рівномірно поділена між Бельгією, Чехією, Великобританією, Іспанією та Німеччиною. Слід сказати, що імпортний товар досить відрізняється від вітчизняного за якісними характеристиками. Але його головною слабкою

стороною є ціна. Вартість імпортованого пива коливається в межах 15 грн, тоді як український продукт коштує в середньому 6-8 грн.

Що ж стосується експортних показників, то з 2009 року спостерігається тенденція до зниження обсягів. Експерти пов'язують таку зміну із збільшенням пріоритетності внутрішнього ринку у виробників, а також із післякризовим скороченням обсягів виробництва.

Динаміка виробництва пива у 2006-2007 рр. показувала досить позитивну тенденцію. Однак вже починаючи з 2008 року ця тенденція різко змінилася. На сьогоднішній день підприємства докладають максимум зусиль для відновлення своїх потужностей. Заходи включають зміну асортиментної і маркетингової політики. Остання почала відбуватися більш агресивно і зараз включає в себе виведення на ринок нових сортів пива та відмова від малоприбуткових. Окрім того зміни відбулися в ціновій політиці. За друге півріччя 2011 року деякі підприємства підвищили ціни на свою продукцію в середньому на 10-12%. Інші все ж зуміли уникнути цього, пом'якшуючи наслідки подорожчання сировини за рахунок власних витрат. Аналітики відмічають, що останнім часом споживачі все частіше віддають перевагу дорожчим сортам пива. Скоріше за все це відбувається під впливом стереотипу "дорожче, значить якісніше". І все ж приріст обсягів виробництва досить незначний. Найчастіше це пов'язують наслідками світової кризи. Однак не останню роль зіграв вступ України до СОТ, що відкрило доступ на українські ринки для імпортного пива. Слід сказати, що такий розвиток майже повністю співпадає з експертними прогнозами.

Як засвідчує проведений аналіз, подальші перспективи українського ринку пива залежатимуть від загального рівня платоспроможності населення і доступності напою.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СПРАВЛЯННЯ ПДВ

**Л.П. ПАВЛОВА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРОВИК П.М.**

Із набранням чинності Податкового кодексу України (ПКУ) механізм справляння податку на додану вартість зазнав суттєвих змін, зумовлених, насамперед, скороченням пільг з досліджуваного податку та зменшенням з 1 січня 2014 року ставки цієї податкової форми.

Варто зазначити, що ПДВ ще до реформування порядку його нарахування і сплати та й протягом останніх років забезпечував надходження значної частки доходів державної казни.

Зокрема, ПДВ забезпечує формування близько 40% доходів державного бюджету, що мобілізуються підрозділами Державної податкової служби (ДПС) України.

В той же час, згідно з вимогами статті 200 Податкового Кодексу України (ПКУ) та статті 7.7. Закону України «Про податок на додану вартість», що діяв в Україні до 2011 року, окремі його платники мають законне право на відшкодування з бюджету від'ємного значення об'єкта оподаткування з ПДВ. Передусім це відноситься до тих податкоплатників, які вивозять товари, роботи та послуги за межі України. Внаслідок цього в Україну надходять валютні цінності, але, одночасно, експортерам, що є платниками ПДВ, відшкодовують з бюджету значні суми податку. Слід зазначити, що одним із наслідків дії статті 200 ПКУ, якою узаконено права платників податків, які мають від'ємне значення об'єкта оподаткування з ПДВ на відшкодування таких сум податку із бюджету та відповідної норми Закону України «Про податок на додану вартість», є штучне завищення окремими платниками розмірів податкового кредиту саме з метою отримання бюджетного відшкодування. Крім того, суми податку на додану вартість, заявлені окремими платниками до відшкодування та розміри самих відшкодувань з року в рік зростають, що свідчить про те, що проблема бюджетного відшкодування все більше заважає підрозділам ДПС України виконувати плани по мобілізації надходжень до бюджету держави.

Варто відзначити, що частка бюджетного відшкодування з податку на додану вартість

у загальних надходженнях цього податку в Україні є досить високою і має тенденцію до поступового щорічного зростання.

Зокрема, по Україні цей показник зріс з 23,5% у 2007 році до 32,9% у 2011 році, по Черкаській області – з 22,8% до 28,2% відповідно.

Крім того значна частина податку на додану вартість не надходить до бюджету внаслідок використання в практиці справляння цієї податкової форми податкових пільг та пільгових режимів непрямого оподаткування для окремих категорій платників.

Загалом, варто зазначити, що податкові пільги з ПДВ, як і відшкодування від'ємного значення об'єкта оподаткування, суттєво знижують фіскальну ефективність справляння цієї податкової форми а також, завдяки спричиненій ними нерівномірності податкового навантаження на окремі категорії та групи платників ПДВ, послаблюють її регулюючі властивості.

Як свідчать результати дослідження значним недоліком порядку нарахування податку на додану вартість, пов'язаним з обліковим аспектом його справляння, також є необхідність виписування платником ПДВ – продавцем товарів, робіт та послуг податкових накладних. Це призводить до суттєвих витрат платників цього податку на придбання та друк бланків зазначених документів. Крім того, ПДВ, завдяки його перекладності на кінцевого споживача, зовсім не стимулює виробництво, а, натомість, сприяє розвитку торгівельної галузі. В зв'язку з цим, варто зазначити, що ПДВ зумовлює часткове зростання цін на продукцію, яку продає платник цього податку, а, отже, спільно з іншими факторами, може спричиняти інфляційні процеси.

Слід також зазначити, що практика адміністрування ПДВ продемонструвала, що завдяки можливості бюджетного відшкодування цього податку та перекладності його сум, цей податок та його платників досить часто використовують в схемах мінімізації податкового навантаження та ухилення від оподаткування.

Оскільки механізм справляння аналізованої податкової форми має суттєві недоліки, може здатись, що Україні краще відмовитись від використання ПДВ. На наше переконання, цього допускати ні в якому разі не варто, оскільки цей податок має значний фіскальний потенціал та суттєві регулюючі властивості. Поряд з цим, як перелічені так і інші недоліки механізму справляння податку на додану вартість потребують розробки таких напрямів вдосконалення порядку його нарахування і сплати, які б дозволили швидко та ефективно вирішити проблеми, що заважають виконанню цією податковою формою її фіскальних та регулюючих завдань.

Висновки. Результати дослідження показали, що основними напрямками вдосконалення порядку нарахування і сплати податку на додану вартість в Україні повинні бути розширення повноважень податкових органів щодо перевірок достовірності сум ПДВ, заявлених до відшкодування та підвищення відповідальності працівників податкової служби за їх результати, посилення відповідальності платників та їх посадових осіб за незаконне декларування від'ємного значення об'єкта оподаткування з ПДВ, розробка і запровадження понижуючих коефіцієнтів до сум задекларованого бюджетного відшкодування за результатами операцій з експорту сировини та низькотехнологічної продукції, посилення відповідальності громадян за реєстрацію фіктивних фірм, чіткіша координація дій податкової та митної служб України з метою запобігання фіктивного експорту а також імпорту товарів за заниженими цінами, скорочення пільг з ПДВ, відміна чинного порядку виписування податкових накладних та передбачення обов'язкового нарахування сум ПДВ і їх фіксації в первинних документах на реалізацію товарів та виконання робіт і послуг.

ПРОБЛЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ В УКРАЇНІ

М.О. ПАЛІЙ, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: ст. викладач ТРИГУБЕНКО О.С.

Адміністрування податків, незважаючи на його широке застосування на практиці, перші спроби висвітлення наукової дефініції «адміністрування податків» в Україні були здійснені лише на початку 2000-их років за авторством В.М. Мельника. В одній із публікацій автора: «адміністрування податків – управлінська діяльність органів державної виконавчої влади, що пов'язана з організацією процесу оподаткування, ґрунтується на державних законодавчих і нормативних актах та використовує соціально зумовлені і сприйняті правила». Серед основних напрямків управлінської діяльності з адміністрування податків В. М. Мельник називає такі: облікова робота (облік платників податків і облік надходження податків); масово-роз'яснювальна й консультативна робота; прогнозно-аналітична робота; контрольно-перевірочна робота. При їх реалізації, відповідно, використовуються облікові, соціальні, аналітичні і контрольні технології. Основним документом, який сьогодні регулює процес адміністрування податкових зобов'язань в Україні, є Податковий Кодекс. Метою адміністрування є забезпечення погашення податкових зобов'язань платників шляхом оптимального втручання в їхню господарську діяльність через застосування законодавчо встановлених механізмів і процедур.

У сучасних умовах адміністрування процесів оподаткування є однією з найважливіших складових досягнення ефективного зростання підприємницької активності у всіх сферах економіки. Адміністрування процесів оподаткування має суто економічний зміст та об'єднує за допомогою однієї ідеї комплекс заходів, спрямованих на забезпечення виконання законодавчих та нормативно-правових актів. Сьогодні на шляху ефективного адміністрування в податковій сфері існує ряд проблем, які необхідно враховувати для забезпечення результативності цього процесу. До них можна віднести такі: велику кількість різних податків та зборів; проблеми міжбюджетних відносин; проблеми формування позабюджетних фондів; часті зміни законодавчих та нормативних актів; наявність різноманітних пільг із питань оподаткування; велику кількість ліцензійних видів діяльності; відсутність уніфікації діяльності контролюючих органів; низький рівень інформованості суспільства з питань оподаткування; інші, пов'язані з оподаткуванням, проблеми.

Необхідно зауважити, що невід'ємною складовою адміністрування будь-яких податків є ретроспективний та поточний аналіз надходжень, а також прогнозування можливих їх змін за сумою та часом потрапляння до бюджету. При цьому застосовуються елементи факторного аналізу, прийоми спостережень та експериментів, анкетування та інтерв'ювання, економіко-математичного моделювання, експертних оцінок. Загалом прогнозно-аналітична робота має значний практичний результат – розрахунки очікуваних надходжень податків. Робота щодо їх підготовки ведеться Міністерством податків і зборів спільно з Міністерством фінансів. Правильність планування проходження справляє надзвичайно потужний вплив на соціально-економічне життя всієї країни, оскільки саме на їх основі складаються проекти бюджетів.

Слід також зазначити, що за висновками українських науковців, отриманими на основі аналізу практики, адміністрування податків у нашій країні поки що має низку недоліків організаційного та методичного характеру, серед яких головними, стосовно також і прямих податків, є:

-у питаннях облікової роботи – необґрунтований поділ платників з віднесенням частини з них до “великих”; нагромадження специфічних процедур у зв'язку із забезпеченням функціонування пільгових систем оподаткування;

-у питаннях масово-роз'яснювальної та консультативної роботи – організаційне поєднання підрозділів, відповідальних за даний напрямок, з функціонуванням інших підрозділів податкової служби, у тому числі за напрямком контролю, що не слугує підвищенню рівня довіри платників та становленню атмосфери партнерства;

-у питаннях прогнозно-аналітичної роботи – недосконалість методики факторного аналізу надходжень та аналізу податкоспроможності суб'єктів господарювання;

-у питаннях контрольно-перевірочної роботи – надмірний адміністративний тиск на платників через відносно короткі між перевірою інтервали (порівняно із практикою розвинених країн).

Однак, варто зазначити, що адміністрування податків в Україні є в основному фіскально зорієнтованим. Цьому сприяє очевидне переважання сегмента контрольно – перевіркової роботи, але частка донарахувань за результатами перевірок правильності сплати податків у доходах, забезпечуваних ними, є значно меншою, ніж загалом по всіх податках. Це можна пояснити тим, що механізм цих податків, на відміну від універсальних акцизів, не передбачає відшкодувань по масштабних господарських операціях (як то експортні). Звідси менша зацікавленість у їх використанні для проведення незаконних дій з метою отримання бюджетних коштів. Крім того, більшість податків використовуються суспільством триваліший період часу, а відтак їх механізми є більш опробованими та удосконаленими. Разом з тим, процес адміністрування податків складний, враховуючи конструкцію механізмів основних із них. Він вимагає значних трудових затрат службовців та, відповідно, фінансування на утримання підрозділів служби. У зв'язку з цим необхідно зазначити, що витрати на адміністрування податків знижують їх залишкову фіскальну ефективність, а тому зростання таких витрат не є бажаним.

Усвідомлення платниками податків необхідності своєчасної та повної сплати податків є однією з умов зміцнення економіки держави і добробуту кожної людини. Тому, створення сприятливого податкового клімату, реального зниження податкового навантаження на платників податків, створення сприятливих умов для добровільної сплати податків, виведення з „тіні” капіталу, набутого незаконним шляхом та забезпечення прозорості відносин між податковими органами та платниками податків є пріоритетним напрямом діяльності податкових органів країни.

Висновки. Подальше удосконалення адміністрування системи оподаткування слід здійснювати за такими напрямками:

- зменшення витрат на адміністрування прямих податків;
- забезпечення стабільності нормативних вимог до адміністрування податків;
- оптимізація системи обліку доходів і витрат суб'єктів підприємництва;
- усунення недоліків організаційного та методичного характеру адміністрування податків.

ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПОСЛУГ

**В.О. ПАНАСЮК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент РИБЧАК В.І.**

На даному етапі розвитку вітчизняної економіки все більше і більше значення у свідомості споживачів набуває структура продукції і наявність можливості вибору з пропонованого асортименту. Саме тому управління асортиментом – один із найголовніших напрямів діяльності кожного підприємства. Особливу важливість цей напрямок набуває зараз, коли до товару чи послуги з боку споживача висувуються підвищені вимоги, і від ефективності роботи підприємства з надання послуг залежать всі економічні показники організації і займана нею ринкова частка. Як свідчить досвід, лідерство в конкретній боротьбі одержує той, хто найбільш компетентний в асортиментній політиці, володіє методами її реалізації і може максимально ефективно нею управляти.

В умовах ринкової економіки цілеспрямоване формування перспективного асортименту фірми є одним із засобів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Сфера послуг є одним із найперспективніших і швидко розвиваючих галузей

економіки, що охоплює широке коло діяльності: від торгівлі і транспорту до освіти і страхування [1, с.97].

Ціноутворення у сфері послуг відбувається за схожою схемою до ціноутворення у будь-якій іншій сфері торгівлі. Процес розрахунку цін на послуги включає: постановку завдання ціноутворення, оцінку витрат, врахування попиту на послуги, аналіз цін і послуг конкурентів, вибір методу ціноутворення. Основним завданням ціноутворення є покриття витрат вироблення послуг і одержання прибутку.

Асортимент послуг – це підбір або набір різноманітних послуг, що пропонується споживачу. Розрізняють груповий, видовий та внутрішній вид послуг. До групового відносять послуги у сфері освіти, охорони здоров'я, житлово-комунального господарства, транспорту, зв'язку, побутові послуги та ін. До видового – послуги, що надаються в окремих сферах. Так, у сфері освіти виділяють послуги вищої, середньої, середньо-спеціальної, професійно-технічної освіти. У сфері побутових послуг – послуги з ремонту та пошиття одягу, взуття, ремонту телевізорів, радіоапаратури (таких послуг налічується до 25). Внутривидові послуги надаються у межах певного виду. Так, послуги пралень – прання білизни, прасування, крохмалення та інше [2, с.34].

Для оцінки можливостей підприємства у плані розширення асортименту послуг необхідно провести безліч маркетингових досліджень, за результатами яких можна робити висновки щодо прийняття рішення про розширення асортименту послуг. Як правило одного такого дослідження недостатньо, тому доцільним буде певний комплекс маркетингових заходів, які необхідно проводити працівникам фірми, які є компетентними у цій галузі.

Ґрунтуючись на проведених теоретичних дослідженнях можна стверджувати, що в цілому розвиток можна охарактеризувати як перехід від одного стану до іншого [3, с.64].

Можливості розвитку підприємства – це потенційно існуючі економічні реалізації, що є наслідками діяльності господарських суб'єктів і їх активна реалізація дозволяє отримати кількісно більші та якісно кращі господарські результати.

Ринок послуг в умовах розвитку ринкових відносин розвивається не динамічно. В таких умовах виникають тимчасові або довготермінові диспропорції між попитом і пропозицією. Пропозиція ринку послуг перебувають під впливом таких факторів, як прагнення підприємств до збільшення обсягу виручки від реалізації послуг.

Відповідність між загальним обсягом пропозиції й платоспроможним попитом населення на внутрішньому ринку країни передбачає таку ж відповідність й на ринку послуг. З метою вивчення цієї відповідності слід систематично й цілеспрямовано досліджувати обсяги попиту й можливості ринку [4, с.142].

Вивчення обсягу попиту на послуги підприємств є також досить важливим моментом при прогнозуванні їх стратегічного розвитку. Попит, який є основним елементом ринку послуг, формується на основі ряду факторів: потреби людини у відпочинку, пізнанні, спілкуванні тощо. При цьому спонукають мотив до сфери послуг може бути обмеженим або, навпаки, стимульованим. Саме від цього залежать обсяг і структура попиту.

Зважаючи на те, що вихід на ринок нової продукції чи послуг потребує значних витрат, то тут доцільно врахувати потреби і побажання споживачів, що допомогло б підприємству виявити потенційних клієнтів і спрогнозувати чи має місце розширення асортименту послуг.

Список використаних джерел:

1. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник.– Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 387с.
2. Балабанова Л.В. Бриндіна О.А. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємства: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 336 с.
3. Мельник Л.Г., Старченко Л.В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – Суми: «ТОВ «Університетська книга», 2007. – 240с.
4. Липчук В.В., Бугіль С.П., Дудяк Р.П. Маркетинг: основи теорії та практики: Навчальний посібник / За загальною редакцією В.В. Липчука. – 3-тє вид; випр. і доп. – Львів: «Магнолія 2006», 2007. – 288с.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В.В. ПАНЧІШКО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н. РИБЧАК О.С.

Визначення фінансової стійкості підприємств відноситься до числа найбільш важливих економічних проблем в ринкових умовах господарювання, оскільки недостатня фінансова стійкість може привести до відсутності у підприємства коштів для розвитку виробництва, їх неплатоспроможності і, в кінцевому підсумку, до банкрутства, а "надмірна" стійкість буде гальмувати.

Фінансовий стан – це важливіша характеристика економічної діяльності підприємства в зовнішньому середовищі. Він визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал в діловому співробітництві, оцінює, в якій мірі гарантовані економічні інтереси самого підприємства та його партнерів за фінансовими та іншими відносинами, залежить від результатів його виробничої комерційної і фінансової діяльності. Загалом чим вищі показники виробництва і реалізації продукції робіт і послуг, нижча їх собівартість, тим вища рентабельність і вищий прибуток, тим кращим є фінансовий стан підприємства. І навпаки, у результаті недовиконання плану з виробництва і реалізації відбувається підвищення собівартості продукції, робіт, послуг, зменшення прибутку і суми прибутку і, як наслідок, – погіршення фінансового стану підприємства його платоспроможності.

Основна мета фінансового аналізу – одержання невеликого числа ключових (найбільш інформативних) параметрів, що дають об'єктивну і точну картину фінансового стану підприємства, його прибутків і збитків, змін у структурі активів і пасивів, у розрахунках з дебіторами і кредиторами. Для аналізу фінансового стану необхідна інформація про економічні ресурси, що контролюються підприємством, дані про його фінансову структуру, ліквідність, платоспроможність, а також здатність адаптуватися до змін середовища, в якому воно функціонує. У процесі аналізу виявляються взаємозв'язки і взаємозалежності між різними показниками фінансово-господарської діяльності, що дозволяє суб'єктам господарювання приймати обґрунтовані економічні рішення на основі оцінки поточного фінансового положення й інших результатів діяльності підприємства за попередні періоди (роки, квартали, місяці), а також потенційні можливості на перспективу.

Розрізняють внутрішній і зовнішній аналіз фінансового стану. Внутрішній аналіз здійснюється для потреб управління підприємством. Його результати використовуються для планування, контролю і прогнозування фінансового стану. Зовнішній аналіз проводиться усіма суб'єктами аналізу, що використовують інформацію, яка опублікована. Зміст цього аналізу визначається інтересами власників фінансових ресурсів і контролюючих органів.

До найбільш важливих завдань аналізу фінансового стану відносять аналіз: складу і структури активів підприємства та джерела їх формування, ринкової та фінансової стійкості підприємства, платоспроможності та ліквідності, грошових потоків та ділової активності; розробку шляхів і напрямів фінансового оздоровлення підприємства.

Така система показників має мету показати його стан для споживачів, яких умовно їх можна поділити на три групи:

а) особи, безпосередньо пов'язані з підприємством, тобто менеджери та працівники управління підприємством;

б) особи, які можуть не працювати безпосередньо на підприємстві, але мають пряму фінансову зацікавленість, – акціонери, інвестори, покупці та продавці продукції (послуг), різноманітні кредитори;

в) особи, які мають прямий фінансовий інтерес, – податкові служби, різноманітні фінансові інститути (біржі, асоціації та інші), органи статистики та інші.

Усі ці користувачі фінансової звітності ставлять собі завдання провести аналіз стану підприємства та на його основі зробити висновки про напрямки своєї діяльності по відношенню до підприємства.

Стабільність фінансового стану підприємства залежить від правильності і доцільності

вкладення фінансових ресурсів в активи, тому для його оцінки необхідно передусім вивчити структуру майна і джерела його утворення, причини зміни складових майна і джерел. Особлива увага при цьому приділяється вивченню причин, що негативно впливають на фінансовий стан підприємства.

Висновки. Проаналізувавши склад, структуру майна підприємства і джерела їх утворення, можна зазначити, що для вивчення фінансового стану застосовується модель економічного аналізу, сутність якої зводиться до визначення питомих складників майна і джерела його набуття в загальній вартості майна на початок і кінець звітної періоду, зіставлення даних на кінець звітної періоду з даними на початок визначення причин модифікації, вивчення причин модифікації складу і структури майна і джерел його набуття, і в першу чергу тих, що негативно позначаються на фінансовому стані підприємства, доведення до відома керівництва підприємств інформації, яка вимагає прийняття управлінських рішень, спрямованих на усунення причин, що негативно впливають на фінансовий стан підприємства.

ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ – НАЙВАЖЛИВІШЕ ЗАВДАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**В.О. ПАСЕКА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент КОСТЮК В.С.**

На сьогоднішній день формування попиту та стимулювання збуту займає особливе місце у виробничо-збутовій сфері сучасного маркетингу, тому що являє собою найбільш активну частину всього маркетингового інструментарію. Зростання ринкової конкуренції змушує сучасні підприємства – виробники йти на дедалі більші поступки споживачам і посередникам в збуті своєї продукції за допомогою стимулювання попиту.

Роль сучасного маркетингу полягає в тому, що він покликаний привести виробництво у відповідності з попитом. Зусилля маркетингових служб підприємства направлені на створення такого асортименту товарів, який відповідав би суспільному попиту.

Тому дана тема є досить актуальна для будь-якого підприємства незалежно від того, які товари (вироби або послуги) підприємство виробляє та пропонує своїм партнерам.

Формування попиту полягає у повідомленні потенційного споживача про існування товару, сповіщенні про потреби, які задовольняються товаром, доведенні якості задоволення цих потреб, тобто опису споживчих характеристик товару, у зменшенні перепони недовіри, для чого інформують про гарантії захисту інтересів покупців у разі незадоволення товаром. Для цього використовують заходи ФОП – рекламу, виставки, ярмарки, прес-конференції тощо.

В уяві потенційного покупця поступово формується „образ товару”, що відіграє головну роль у прийнятті рішення про купівлю. А через те, що купівля товару найчастіше – результат колегіального обговорення, заходи ФОП мають вплив не тільки на осіб, котрі збираються купувати, але й на тих, хто може вплинути на це рішення.

Основними завданнями заходів ФОП є:

- ввести на ринок товари ринкової новизни;
- забезпечити початковий продаж;
- завоювати певну частку ринку;
- усунути недовіру споживачів до товару;
- створити імідж підприємства та його товару;
- сформуванню попиту на товар підприємства.

Коли це товари індивідуального споживання, то для створення ринкової новизни вони можуть зазнавати деяких змін: зовнішньої форми, упаковки та інших характеристик відповідно до вимог людини. Що стосується товарів виробничого призначення, то зовнішні зміни не є достатніми для створення товару ринкової новизни, тому потрібні значні

покращення властивостей або зменшення ціни для його доступності новим сегментам ринку.

Заходи стимулювання збуту спрямовані на покупця, який вже на практиці ознайомлений із властивостями товару, тому завдання СТИЗ полягає у спонуканні до наступних придбань товару, великих його партій, сприяти налагодженню постійних довготривалих зв'язків.

СТИЗ поділяють на ті, що спрямовані на:

- покупців;
- продавців товару;
- посередників.

СТИЗ, що спрямоване на покупців, полягає у пропозиції комерційної вигоди тим, хто придбає товар за певних умов. Такою вигодою можуть бути знижки за обсяг придбаної партії товару, періодичність купівлі певної кількості виробів, можливість надання кредиту, позбавлення початкового внеску, навіть „подарунок” певної суми грошей під час купівлі товару, безкоштовне поширення зразків товару в розрахунок на купівлю великої партії, безкоштовне передання товару в користування „для випробування”, прийняття використаного товару як першого внеску за новий товар.

До заходів СТИЗ належать презентації нових товарів для потенційних покупців, прес-конференції з приводу введення на ринок нового товару. Однією з найдієвіших акцій СТИЗ є зниження ціни, про що широко оголошується через засоби масової інформації.

СТИЗ, що спрямоване на продавців, має на меті досягнення ними високих показників збуту товару, для чого застосовують грошові заохочення, надають додаткові дні відпустки, влаштовують поїздки за рахунок підприємства, нагороджують цінними подарунками,

СТИЗ, що спрямоване на посередників, спонукає їх продавати товар з максимальною енергією, розширювати коло покупців. Посередникам постачають безкоштовно або на пільгових умовах спеціальне обладнання, обслуговування покупців, роблять знижки з реалізаційної ціни, відшкодовують частину витрат, пов'язану з рекламною діяльністю, надають пересувні сервісні пункти обслуговування тощо.

Формувати попит та стимулювати збут допомагають заходи „паблік-релейшнз” – англійський вираз, що означає „зв'язки з громадськістю”. Заходи „паблік-релейшнз” проводять відділи зв'язків з громадськістю, завдання яких – подолати перепону недовіри до товару та підприємства. Через імідж підприємства широкій аудиторії споживачів доводиться думка, що кінцевою метою роботи підприємства є не одержання прибутку, а задоволення потреб людей та суспільства.

Стимулювання збуту – спонукальні засоби (здебільшого короткострокові), покликані прискорити продаж окремих товарів чи послуг споживачам або дилерам і (або) збільшити його обсяг. Стимулювання збуту заохочує купівлю. Розрізняють такі види стимулювання збуту:

- заохочення споживачів (розповсюдження зразків або купонів, компенсації, зниження цін, премії, призи, винагорода клієнтів, безкоштовні проби, гарантії, продаж на певних умовах, перехресне (спільне) стимулювання, демонстрації в місцях купівлі);

- заохочення роздрібних торговців (зниження цін, рекламні та демонстраційні знижки, безмитні товари);

- заохочення ділових партнерів і торгових агентів (комерційні виставки і з'їзди, змагання комерційних представників і конкурси на кращу спеціальну рекламу).

Ефективність діяльності будь-яких організацій у значній мірі визначається функціонуванням маркетингової системи. Працівники цієї системи безпосередньо не створюють продукції, але, здійснюючи певну організаційну і комерційну діяльність з виробництва товару, збереження його якості, забезпечення товарної інфраструктури, є складовою частиною виробничого персоналу.

Діяльність відділу маркетингу позитивно впливає на динаміку виробництва та реалізації продукції, виконання плану виробництва по асортименту та загальні фінансові результати економічної діяльності досліджуваного підприємства.

Для оцінки ефективності маркетингової діяльності проведемо витрат на стимулювання збуту в таблиці 1.

1. Витрати на стимулювання збуту продукції на підприємстві ПАТ «Еталон»

Показник	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Відносне відхилення 2011 р. до 2009 р., %
Виручка від реалізації, тис. грн.	33124	25985	36455	10
Витрати на стимулювання збуту, тис. грн.	30	27	32	7
Виручка в розрахунку на 1 грн. витрат на стимулювання збуту, грн.	1104	962	1139	3

З таблиці бачимо, що витрати на стимулювання збуту зросли на 7%, в той час як виручка від реалізації зросла на 10%. Виручка на 1 грн. витрат на стимулювання збуту зросла на 3%.

Таким чином, сучасний етап розвитку економіки вимагає, щоб підприємства орієнтувались на комплексне вивчення потреб ринку з використанням результатів фундаментальних наукових та прикладних розробок. Виробництво і збут необхідно організувати за принципами маркетингу. Для того, щоб реалізувати продукцію, підприємства повинні використовувати широкий набір комерційних засобів, які утворюють маркетинговий комплекс.

ВИБІР ПОСТАЧАЛЬНИКА ЯК ОСНОВА ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИМСТВА

**Т.М. ПЕРЕКОС, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент РИБЧАК В.І.**

Однією із основних проблем в управлінні закупівлями матеріальних ресурсів є вибір постачальника. Важливість її пояснюється не тільки тим, що на сучасному ринку функціонує велика кількість постачальників схожих матеріальних ресурсів, але, головним чином тим, що постачальник повинен бути надійним партнером підприємства в реалізації його логістичних стратегій.

Розмаїтість і велика кількість потенційних постачальників матеріальних потоків підвищує актуальність проблем вибору тих з них, що могли б з найбільшим ефектом забезпечити надійність логістичних процесів [1, с.51].

При виборі постачальника слід мати на увазі, що перш за все потрібно скласти специфікацію на постачальника, тобто визначити, якими можуть бути витрати при закупівлі, якість товару, що постачається, порядок постачань, обсяги виробництва постачальника, місце його знаходження. По-друге, виходячи з вимог о постачальника, варто вилучити тих, хто не задовольняє одному, чи кільком вказаним критеріям, врешті, щоб у переліку залишилася обмежена кількість постачальників.

Необхідно, щоб рівень оцінки постачальників відповідав важливості рішення. При цьому використовують відомості про їх діяльність з ділової преси, а також з бесід з підлеглими, котрими вдається поспілкуватись, з контактів з клієнтами, котрих постачальники забезпечують. Важливо обрати найбільш суттєвий показник для оцінювання. Це може бути ціна, якість, витрати на доставку тощо.

Аналітичну роботу змінюють переговори з постачальниками. У взаємовідносинах з ними можливий неформальний обмін думками та інформацією, що додає впевненості у подоланні труднощів. Тому переговори розглядають як ключовий процес при організації закупівлі, хоча фірми, котрі ведуть переговори, не зобов'язані укладати угоду.

Вибір постачальника може здійснюватись через конкурсні торги чи письмові переговори між постачальниками та споживачами. Поширеною формою пошуку

потенційних постачальників є конкурсні торги(тендери). Вони проводяться у разі, коли передбачається налагодження довгострокових зв'язків між постачальником та споживачем, і вигідні обом сторонам угоди. Постачальник одержує чітку уяву про умови роботи зі споживачем. Споживач, у свою чергу, з одного боку, вирішує проблему одержання пропозиції, що відповідає його вимогам, а з другого, – вибір найкращого постачальника. Організація конкурсних торгів є складною і багатоплановою роботою. Потрібно провести відповідну рекламну кампанію, розробити тендерну документацію, оцінити пропозиції: тендерні пропозиції оцінюються у суворій відповідності з критеріями, що наведені у тендерній документації. Тендерний комітет звітує про оцінку пропозиції, обґрунтовуючи причини відхилення чи прийняття пропозиції. Переможцем конкурсних торгів визнається учасник, що подав найбільш вигідну, що відповідає кваліфікаційним вимогам, тендерну пропозицію[2,с.97].

Найбільш поширеним методом державних закупівель на сьогоднішній день в Україні є проведення тендерів. Діяльність вітчизняних підприємств у цій сфері регламентується відповідним законом, нова редакція якого набрала чинності на початку минулого року.

Згідно законодавства, тендерні закупівлі можуть мати форму відкритих або двоступеневих торгів, запита цінових пропозицій, попередньої кваліфікації учасників та закупівлі в одного учасника. Під дію згаданого закону підпадають тендерні закупівлі, предмет яких має вартість, що дорівнює або перевищує сто тисяч гривень – у випадку придбання товарів чи послуг. Якщо ж тендерні закупівлі присвячено пошукам підрядника на виконання певних робіт, то вартість таких робіт повинна дорівнювати або бути більшою, ніж триста тисяч гривень. Уповноваженим органом, що бере на себе державне регулювання та контроль проведення зазначених вище процедур, призначено Міністерство економіки України.

Іншим варіантом процедури одержання пропозиції від потенційних постачальників можуть бути письмові пропозиції на постачання товарів. Ініціативу може взяти на себе і споживач. Якщо ініціатором є постачальник, він розсилає потенційним покупцям своєї продукції пропозиції на постачання товару. На відміну від конкурсних торгів, де форма пропозиції суворо визначені, пропозиції постачальника можуть мати різну форму та зміст. Вони включають найменування товару, відомості про його кількість та якість, ціну та термін постачання, вид товару та вид пакування, порядок приймання та здавання[2,с.98].

До основних чинників, що характеризують відносини «постачальник – виробник», належать тісні відносини між контрагентами, їхня технічна обізнаність, збутові можливості, гнучкість і здатність до адаптації, надійність постачання, цінова конкурентоспроможність, організаційна ефективність, рівень інтеграції [3,с.152].

Список використаних джерел:

- 1.Бержанір А.Л. Логістика: Навчальний посібник / Бержанір А.Л., Рибчак В. І., Слободяник Н.П. – Умань: Уманське видавничо-поліграфічне підприємство, 2009. – 348с.
2. Кальченко А.Г Логістика: Підручник. – вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 284с.
3. Кальченко А.Г., Кривещенко В.В. Логістика: Навч. посіб. – вид. 2-ге без змін. –К.: КНЕУ, 2008. – 472 с.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ОПОДАТКУАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ФІКСОВАНИМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПОДАТКОМ

**М.В. ПИЛИПШИНА, студ.ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач ЗАХАРЧУК О.А.**

Аграрний сектор традиційно відіграє важливу роль в економіці України, ґрунтово-кліматичні умови, природно-ресурсний потенціал та трудові ресурси якої дозволяють створити ефективне конкурентоспроможне на міжнародному рівні сільське господарство. Агропромисловий комплекс є одним із потужних важелів подальшого економічного

розвитку нашої держави, в якому зосереджено майже третину основних виробничих фондів, виробляється понад 20% валового суспільного продукту та третина національного доходу.

Сільське господарство є важливою і специфічною галуззю господарського комплексу завдяки тому, що в системі АПК формується майже 70% продовольчих ресурсів і значна частина роздрібного товарообороту

Питання складного становища, подальший процес розвитку та джерела формування фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств є однією з найважливіших умов їх ефективного функціонування. Нині агропромисловий комплекс перебуває у досить складному становищі, його потенціал використовується не повністю: тваринництво занепадає, вирощування багатьох видів сільськогосподарських культур стає нерентабельним, скорочуються робочі місця, підвищується неплатоспроможність сільськогосподарських товаровиробників, знижуються обсяги виробництва, наростає структурний дисбаланс в експорті продукції сільського господарства у бік сировини. Негативні явища пояснюються прорахунками у стратегії і тактиці проведення аграрної реформи. У другій половині 90-х років економіка України переживала важкий період: нестача кредитів, інфляція, застій промисловості, відсутність чіткої ринкової політики, що в сукупності негативно позначилося на сільськогосподарському виробництві. Ефективність використання земель в Україні значно нижча, ніж у середньому по Європі.

Спеціальний режим оподаткування сільськогосподарських товаровиробників у формі фіксованого сільськогосподарського податку (ФСП) з'явився в порядку експерименту в 1998 році у трьох регіонах України: Глобинському районі Полтавської області, Старобешівському районі Донецької області та Ужгородському районі Закарпатської області, а з 1 січня 1999 року його було поширено на всій території країни. Серед податків, які замінив ФСП, найвагомим можна вважати збір до державного інноваційного фонду, за яким вилучалося 1% виручки підприємств. Решта податків і зборів (податок із власників транспортних засобів, збір на будівництво, реконструкцію, ремонт і утримання автомобільних доріг загального користування України, плата за придбання торгового патенту на здійснення торговельної діяльності, збір за спеціальне водокористування для цілей сільського господарства) була для сільгоспвиробників менш обтяжливою.

Загальний ефект звільнення від сплати названих податків і зборів виявився суттєвим: за 1999-2004 роки рівень податкового навантаження на платників ФСП у середньому по Україні не перевищував 2,5 грн на 100 грн. виручки. Крім вирішення основного питання – скорочення непосильного податкового навантаження на сільгоспвиробників – даний податок мав й інші позитивні риси: зі звільненням фонду оплати праці від нарахування соціальних внесків з'явилися передумови для підвищення заробітної плати найманим працівникам та регулярної її виплати; фіксована величина податку, з одного боку, вимагала ефективного і раціонального господарювання, а з другого – надавала виробникам упевненості у їх роботі, стимулювала до нарощування обсягів виробництва, зростання рівня його прибутковості; спричинила скорочення витрат на ведення бухгалтерського обліку і складання податкової звітності.

Проте застосування фіксованого сільськогосподарського податку поряд з його очевидними перевагами дозволив виявити й суттєві вади: невідповідність системному підходу до побудови податкової системи, необґрунтований перерозподіл податкового навантаження серед товаровиробників, порушення прав членів трудових колективів на соціальний захист та пенсійне забезпечення. Зміни, що відбулися у механізмі справляння фіксованого сільськогосподарського податку, фактично повертають сільськогосподарську галузь на загальні умови оподаткування. Неухильне зростання з 2005 року рівня податкового навантаження досягло свого максимуму вже в 2010 році і за неврегульованого цінового механізму може виявитися непомірним для товаровиробників. Подовження дії спрощеної системи оподаткування в 2010 році надає суттєвого вирашу тільки прибутковим підприємствам. Для збиткових або нестабільно працюючих виробників доцільнішою може виявитися загальна система оподаткування з правом перенесення від'ємного значення об'єкта оподаткування підприємства на наступні податкові періоди.

Висновки. Від успішного розв'язання проблем економічного та соціального розвитку агропромислового комплексу як пріоритетного сектору економіки країни значною мірою залежить розвиток інших галузей національного господарства, продовольча безпека держави, фінансове забезпечення потреб країни, формування внутрішнього і зовнішнього ринків, підвищення добробуту населення.

НЕДОЛІКИ МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

**Є.В. ПОДОЛЯН, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БОРОВИК П.М.**

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності суттєво полегшує податкове навантаження на суб'єктів, що мають право переходу на неї. Поряд з цим, чинний механізм справляння єдиного податку не позбавлений окремих недоліків. Зокрема, до основних недоліків механізму справляння досліджуваної податкової форми, як показали результати дослідження, необхідно віднести:

- застосування єдиних податкових ставок для окремих категорій платників призводить до нерівномірного розподілу фіскального навантаження на платників з різними оборотами та різною кількістю працюючих (в межах окремо взятої групи платників єдиного податку);
- необхідність нарахування і сплати багатьох інших податків та зборів, (єдиного соціального внеску, ПДВ, тощо) потребує від суб'єктів малого бізнесу утримання кваліфікованих бухгалтерів;
- можливість оптимізації податкового навантаження крупних підприємницьких структур шляхом створення афільованих структур, що є платниками єдиного податку.

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що запровадження єдиного податку є справді прогресивним кроком у сфері оподаткування та податкового регулювання діяльності суб'єктів малого бізнесу. Поряд з цим, на наше глибоке переконання, гострою необхідністю сьогодення є потреба у вирішенні описаних нами проблем податкового регулювання діяльності суб'єктів малого бізнесу.

При цьому, першочерговими завданнями на шляху реформування механізму справляння єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва, на наше переконання, повинні бути з одного боку вирівнювання податкового навантаження на суб'єктів малого бізнесу на спрощеному режимі оподаткування, що є фізичними та юридичними особами, а з іншого – спрощення порядку проведення розрахунків суб'єктів малого підприємництва з бюджетами та державними цільовими фондами.

Практичними шляхами реалізації поставлених завдань, на нашу думку, можуть бути несуттєве зменшення ставок єдиного податку для тих його платників, що віднесені Податковим кодексом України до третьої-четвертої та п'ятої-шостої груп а також включення єдиного соціального внеску до складу єдиного податку, що нині сплачується суб'єктами малого бізнесу.

При цьому, на наше переконання, розподіл сум реформованого єдиного податку з суб'єктів малого бізнесу між відповідним місцевим бюджетом та державними цільовими фондами повинні проводити виключно відділення державної казначейської служби базового рівня.

Крім того, з метою стимулювання розвитку вітчизняного малого підприємництва, що в часи світової фінансової кризи є важливим завданням для держави, на наше переконання, гострою необхідністю є:

- створення більш дієвих стимулів для розвитку малого бізнесу через застосування звільнення від оподаткування новостворених підприємств та підприємців хоча б на протязі перших трьох років їх діяльності;
- прив'язка диференційованого граничного обсягу виручки від реалізації продукції,

товарів, робіт, послуг, що дає право переходу на спрощену

систему оподаткування, обліку та звітності, до розміру мінімальної заробітної плати, або до індексу інфляції з метою її постійної актуалізації;

– запровадження диференційованих ставок єдиного податку для суб'єктів третьої-четвертої та п'ятої-шостої груп платників податків на спрощеній системі оподаткування в розрізі сум отримуваних ними доходів;

– оптимізація переліку платників єдиного податку, що дозволить зменшити розміри податкових мінімізацій окремих холдингів через жорстку регламентацію суб'єктів господарювання, які матимуть право на реєстрацію платниками єдиного податку.

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, слід відмітити що сучасний порядок нарахування і сплати єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва має суттєві недоліки, зумовлені недостатніми фіскальними та регулюючими властивостями цієї податкової форми.

Шляхами вдосконалення вітчизняного механізму справляння єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва, як показали результати дослідження, мають бути: зменшення ставок єдиного податку для тих його платників, що віднесені до третьої-шостої груп, включення єдиного соціального внеску до складу єдиного податку, що нині сплачується його платниками, звільнення новостворених суб'єктів малого бізнесу від сплати податків на протязі перших трьох років їх діяльності, прив'язка граничних розмірів доходів, що дають право переходу на спрощену систему оподаткування до індексу інфляції або до розміру мінімальної заробітної плати, запровадження диференційованих ставок єдиного податку для суб'єктів малого бізнесу третьої-шостої груп в розрізі їх доходів, оптимізація переліку платників єдиного податку.

ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНКИ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Я.А. ПОДРЕЗ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент НЕВЛАД В.Ф.

Зростаючий ступінь відкритості економіки України і посилення інтеграційних процесів викликане зростанням конкуренції з боку іноземних товаровиробників, ставлять вітчизняні підприємства перед необхідністю адаптації своєї діяльності відповідно до умов господарювання, які докорінно змінилися і далі змінюються з огляду на світові тенденції розвитку.

У цих умовах однією з основних складових тривалого виживання і розвитку вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності стає здатність запропонувати, розробити, виготовити, вивести на ринок і просувати на ньому товари з новими споживчими якостями, товари орієнтовані на задоволення існуючих потреб, та товари, призначені для задоволення нових потреб. В ідеалі це мають бути не просто товари, а комплекси, які включають: товар, передпродажний і після продажний сервіс, консультації і навчання споживача, гарантії заміни товару чи навіть повернення товару виробнику, якщо він не сподобався споживачу, і багато чого іншого.

Чим повніше товар співпадає з бажаннями споживача, тим більше успіху досягне виробник. Тому виробники повинні відшукувати споживачів, яким би вони продавали свої товари, але для цього необхідно з'ясувати їх потреби, а потім створювати такий товар, який би, якомога повніше задовольняв ці потреби. Для успішної реалізації новостворених товарів на споживчому ринку, повинні бути як найефективніше задіяні маркетингові служби, які б були дійсно віддані своїй справі.

З урахуванням швидких змін у смаках, технології і стані конкуренції підприємство не може покладатися тільки на існуючі товари. Споживач чекає нових удосконалених виробів. Конкуренти додають максимум зусиль, щоб забезпечити його цими новинками. З цього випливає, що в кожного підприємства повинна бути своя програма розробки нових товарів.

Але у зв'язку з тим, що ринок в Україні функціонує в специфічних умовах, сьогодні дуже мало рішень, в яких можна знайти грамотні, глибоко продумані, прораховані пропозиції по створенню саме української ринкової системи, яка б відповідала нашим українським реаліям.

Теоретичним питанням по плануванню нових продуктів та розробці товарів удосконалення методів по просуванню їх на ринку вітчизняних учених, зокрема, Гаркавенко С.С., Герасимчук В.Г., Гончаров С.М., Дупляк В.Д., Завьялов П.С., Праудс В.Р., Білий О.Б., Соловьев Б.А, Калини А.В., Осокіної В.В. та інших. Їх зусиллями створений міцний теоретико – методологічний фундамент дослідження названої проблеми, вирішено багато її методичних та прикладних аспектів. Проте окремі питання цієї багатогранної проблеми досліджені не достатньо. Зокрема, дискусійними залишаються ступінь і характер по розробці нових товарів на підприємствах пеперобної промисловості, удосконалення системи планування нових товарів, принципи раціональної побудови реалізації новинок на продуктових ринках. Комплексно не вивчені процеси ціноутворення нової продукції в умовах ринку, а також питання кількісної і якісної оцінки впливу макроекономічних чинників на конкурентоспроможність підприємств.

Перш за все, персонал внутрішніх збутових органів підприємств повинен одержувати своєчасну інформацію про ринки збуту готової продукції, його робота повинна постійно контролюватися і спрямовуватися в правильному напрямку.

Керівники служби збуту досліджуваного МПП «Агропромресурси» майже ніколи не зіштовхувалися з задачею створення заново всієї системи каналів збуту при просуванні нового товару на ринок. Набагато частіше виникає необхідність пристосування вже існуючої системи до мінливих умов ринку чи цілей збуту. Робота з пристосування існуючого каналу стосовно товарів-новинок, природно, складніше, ніж створення нової системи. Навіть на ранніх стадіях планування й аналізу, впливає тенденція вважати що існуюча структура сама вірна. Уявляючи собі систему каналів, які нав'язують підприємству для реалізації морепродукції, керівник служби збуту досліджуваного підприємства часто зіштовхується з неминучістю ламання існуючих збутових органів, що в першу чергу приводить до серйозного зниження обсягу збуту, погіршення становища підприємства на ринку і падіння прибутків. У таких випадках необхідно діяти обережно і поступово споруджуючи нову збутову структуру вроздріб і протягом значного часу, зважаючи кожен крок.

При проектуванні нового товару в рамках наукових досліджень і розробок підприємство МПП «Агропромресурси» здійснює великі інвестиції з метою досягнення високого ринкового ефекту від подальших продажів. Тому, маркетологам підприємства надзвичайно важливо домогтися швидкої окупності товару і повернення коштів вкладених у нього до виходу товару на ринок. Для цього підприємство і користується одним із методів товарної політики – «прорив на ринок».

Мета просування нової продукції досліджуваного підприємства полягає в тім, щоб представити як підприємство, так і продукцію потенційному клієнту. Стратегія продажів нових товарів повинна визначити найкращу комбінацію роботи з кінцевими споживачами, роздрібною торгівлею, торговими агентами й оптовиками. Тому одним із ключових питань продажу є вибір оптимального шляху, по якому товар рухається від виробника до споживача чи каналу збуту (розподілу)

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

**Л.Ю. ПОЛЩУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач БЕРЖАНІР І.А.**

В умовах стрімкого розвитку ринкової економіки місце і роль прибутку у господарському процесі безперервно зростає. Саме він є головним стимулом ведення господарської діяльності підприємствами і забезпечує інтереси всіх суб'єктів, причетних до

цієї діяльності, а саме: підприємців, персоналу підприємства та держави. Прибуток є не лише стимулом господарської діяльності підприємств, але й основним джерелом розвитку їх діяльності. Таким чином, великого значення набуває необхідність розробки рекомендацій щодо підвищення ефективності формування, розподілу прибутку та його максимізації.

Ефективність будь-якої управлінської системи значною мірою залежить від повного, достовірного та своєчасного інформаційного забезпечення. Тому особливої актуальності набуває розробка системи інформаційного забезпечення управління прибутком, яка дозволить підвищити ефективність функціонування фінансового менеджменту суб'єкта господарювання.

Прибуток є одним з основних показників господарської діяльності підприємства і на законодавчому рівні визначений як основна мета створення комерційних підприємств. За рахунок прибутку функціонує і розвивається будь-яке комерційне підприємство, бо це основне джерело поповнення фінансових ресурсів підприємств, формування централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів. За рахунок прибутку відбувається формування бюджетних ресурсів держави, здійснюється розширення підприємств, матеріальне стимулювання працівників, фінансування соціально-культурних заходів тощо. В зв'язку з цим в отриманні максимального прибутку зацікавленими є не тільки керівництво і трудові колективи підприємств, але й держава в цілому. Тому надзвичайно важливими є питання збільшення прибутковості суб'єктів господарювання.

Дослідження формування прибутку, рентабельності підприємства, витрат, валових доходів, є найважливішим чинником при прийнятті організаційних і господарсько-управлінських рішень, створення сприятливих умов для реалізації планів і програм, спрямованих на збільшення прибутку. Висока роль прибутку у розвитку підприємства і забезпечення інтересів його власників та персоналу визначають необхідність розробки ефективної політики управління прибутком, аналізу та виявлення шляхів його максимізації.

Політика управління прибутком являє собою процес розробки і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємстві.

Головною метою політики управління прибутком є забезпечення збільшення добробуту власників підприємства на цей момент і в перспективі. Ця мета повинна забезпечувати одночасно гармонізацію інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства. Виходячи з головної мети, система управління прибутку дає змогу вирішувати такі завдання:

- забезпечення максимізації обсягу прибутку, що формується відповідно до ресурсного потенціалу підприємства;
- забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку і прийнятним рівнем ризику;
- забезпечення високої якості прибутку, що формується;
- забезпечення виплат необхідного рівня доходу на інвестований капітал власникам підприємства;
- забезпечення формування відповідного обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства на майбутній період;
- забезпечення постійного зростання ринкової вартості підприємства;
- забезпечення ефективності програм участі персоналу щодо прибутку.

У системі управління прибутком задіяні майже всі структурні підрозділи підприємства. Це не дивно, бо без позитивного фінансового результату робота підприємства стає неможливою.

В процесі діяльності підприємство повинно проводити політику максимізації прибутку, що включає: управління формуванням прибутком та управління розподілом прибутку.

Політика управління формування прибутку включає в себе наступні елементи:

- розробка політики управління прибутком в процесі операційної діяльності;
- розробка політики управління прибутком в процесі інвестиційної діяльності;

- розробка політики управління прибутком в процесі фінансової діяльності. Політика управління розподілом прибутку включає:
 - управління своєчасною сплатою податків й інших обов'язкових платежів за рахунок прибутку;
 - оптимізацію пропорцій розподілу прибутку на частини, що капіталізується й що споживається.

У системі управління прибутком підприємства його планування є найвідповідальнішим етапом.

Планування прибутку являє собою процес розробки системи заходів щодо забезпечення його формування в необхідному обсязі й ефективне використання відповідно до завдань розвитку підприємства в майбутньому періоді.

Висновки. Отже, прибуток підприємства є важливою економічною категорією і виступає об'єктом управління. Прибуток характеризує кінцевий результат діяльності підприємства. Його одержання є обов'язковою умовою розширеного відтворення на підприємстві та забезпечення його самофінансування і зміцнення конкурентоспроможності на ринку.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

**Л.Ю. ПОЛЩУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЧЕРНЕГА І.І.**

Складна економічна ситуація в країні та кардинальні зміни в суспільстві не могли не зачепити одну з найважливіших сфер суспільства, що характеризує ефективність економіки – трудові ресурси країни. Велике значення має управління трудовими ресурсами, яке охоплює формування, раціональне використання трудових ресурсів, регулювання, контроль трудового потенціалу, розробка новітніх методів покращення показників продуктивності праці.

Тому проблеми формування й ефективного використання трудових ресурсів в аграрній сфері потребують відповідного наукового обґрунтування їх вирішення. У процесі ринкових трансформацій відбувся не лише різкий спад обсягів сільськогосподарського виробництва, а й суттєве зменшення його ефективності та грошових надходжень, посилення процесів вивільнення працівників, загострення відносин зайнятості, занепад сфери обслуговування сільського населення. Внаслідок цього відбулося зниження рівня забезпечення життєвих потреб працівників сільськогосподарських підприємств, що істотно вплинуло на процеси відтворення, формування та використання трудових ресурсів [1, С.86].

Дослідженню проблеми формування й ефективного використання трудових ресурсів аграрного сектору економіки присвятили свої наукові праці такі вчені-економісти, як: С.І. Бандур, Д.П. Богиня, О.А.Бугуцький, О.А. Грішнова, В.С.Дієсперов, М.І. Долішній, О.В. Дорофєєв, О.Ю.Єрмаков, С.М. Злупко, Г.І. Купалова, В.М. Лич, Е.М. Лібанова, М.Й.Малік, В.Ф. Машенков, Л.І.Михайлова, Т.І. Олійник, М.К. Орлатий, В.В. Онікієнко, П.Т. Саблук, В.К. Терещенко, О.В. Шкільов, К.І. Якуба та інші.

Разом з тим залишаються недостатньо вивченими і потребують поглибленого дослідження багато організаційно-економічних питань щодо ефективного використання трудових ресурсів, формування раціонального трудозабезпечення сільськогосподарських підприємств, оскільки наявні наукові розробки не враховують тенденцію постійних змін в економіці сільського господарства України [2, С.318].

Загальний спад виробництва, що спостерігається у багатьох галузях практично по всій Україні, став причиною того, що кількість вакансій в виробничій сфері безупинно скорочується, а кількість безробітних з кожним днем збільшується, значна частина населення виїжджає за кордон. Зміни в економіці, погіршення екологічної ситуації призвели

до негативних змін структури, кількості трудових ресурсів, погіршили демографічну ситуацію. України, зокрема низький рівень заробітної плати, незадовільні виробничі умови праці в сільськогосподарському виробництві, активізація процесів трудової міграції, призвели до погіршення відтворення трудового потенціалу сільських територій [3, С.216].

Управління трудовими ресурсами є складовою управління розвитком держави. В умовах перехідної економіки напрямами покращення ефективного використання трудових ресурсів в Україні можуть бути:

1) активна політика держави: напрями політики включають соціальну підтримку, розвиток гнучкого ринку праці, його правове забезпечення, працевлаштування, підготовку і перепідготовку кадрів;

2) виходячи з особливостей сучасного ринку праці – поширеність підприємницької діяльності, ринок праці не може існувати поза конкурентною, заснованою на приватній власності економікою і демократичними суспільними інститутами, що відповідають світовим стандартам;

3) витрати на розвиток трудових ресурсів, що поступають з державного бюджету, від приватних фірм, корпорацій і окремих підприємців, мають не обкладатися податками;

4) надання можливостей міжнародного працевлаштування на користь якнайкращої реалізації робочої сили;

5) покращення використання ефективного організаційного принципу ринку праці – співпраця між підприємцями, профспілками і державою;

6) запозичення досвіду зарубіжних країн щодо укладення колективних договорів на вищому національному рівні;

7) для стримання прагнення працедавців переманювати до себе кваліфікованих спеціалістів, а також бажання працівників змінити місце роботи необхідно ввести на підприємствах рівну оплату за рівну працю;

8) розробка проекту для застосування на практиці загальнодоступних банків даних, що мають надавати кожному, хто шукає роботу, повної інформації про вакантні місця по професіях, галузях і регіонах країни;

9) покращення якості освіти; запровадження курсів, систем підвищення освітнього рівня безробітних, перепідготовка за професіями, що мають попит на ринку праці;

10) державне фінансування програм ринку праці, що сприяє активному розвитку трудових ресурсів включає: організація для молоді суспільних робіт з гідною платою; заохочення підприємців до прийняття на роботу людей з обмеженими здібностями та спеціальне технічне устаткування робочих місць для них; стимулювання розвитку підприємницької діяльності; збільшення соціального захисту населення на ринку праці;

11) впровадження додаткового заробітку для студентів шляхом організації оплачуваних робіт на базі місця навчання (навчального закладу);

12) підвищення шансів працевлаштування працівників зі старших вікових груп, відповідальність працедавців за необгрунтоване звільнення співробітників;

13) високу ступінь зайнятості трудових ресурсів можливо забезпечити за рахунок створення нових робочих місць не тільки у конкурентноспроможних галузях але й тих, що потребують відновлення за рахунок інвестицій [4].

Отже, враховуючи складність ситуації в економіці країни та на ринку праці, зокрема, актуальним залишається питання розробки нової ринкової концепції управління трудовими ресурсами, забезпечення сільського господарства трудовими ресурсами і ефективного їх використання. Цього можна досягти за рахунок збалансованості робочих місць і трудових ресурсів, створення необхідної соціальної інфраструктури, яка забезпечила б умови праці і життя населення на рівні зарубіжних країн.

Список використаних джерел:

1. Замора О.І. Основні тенденції формування і використання трудових ресурсів / О.І. Замора // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 85-91.

2. Качан Є.П. Управління трудовими ресурсами / Є.П. Качан: навч. посібник. – К.: Видавничий дім «Юридична книга», 2005. – 358с.

3. Романишин В.О. Рынок труда Украины: современное положение и пути реформирования / В.О.Романишин // Актуальные проблемы экономики. – 2004. – №6. – С.214-219.

4. Електронний ресурс: [<http://intkonf.org/vereschinska-mv-mudra-ov-napryami-pidvischennya-efektivnosti-vikoristannya-trudovih-resursiv/>]

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

І.В. ПОЛОВИЙ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент АНЩЕНКО Г.Ю.

Діяльність будь-якого сільськогосподарського підприємства неможлива без використання машинно-тракторного парку та вантажного автотранспорту для роботи якого на безперебійній основі виникає постійна потреба у паливно-мастильних матеріалах. До порядку обліку наявності та руху пального завжди ставились підвищені вимоги, оскільки даний обліковий об'єкт має низку особливостей. Незважаючи на те, що облік паливно-мастильних матеріалів регламентований законодавчими актами, все ж таки окремі питання в обліковій сфері знаходяться в центрі уваги, оскільки у структурі собівартості продукції витрати пального завжди залишаються суттєвими. Особливої актуальності вони набувають в умовах постійного зростання цін на пальне та мастильні матеріали.

Проблеми обліку паливно-мастильних матеріалів розглядаються у працях М.Ф. Огійчука, П.Л. Сук, М.І. Телегунь, І. Шингур та інших. Поряд з цим виникає гостра потреба в раціональній організації обліку на даній ділянці, яка б забезпечила контроль за витратами пального та його списання у витрати виробництва чи інші господарські потреби.

Для бухгалтерського обліку руху паливно-мастильних матеріалів використовують субрахунок 203 «Паливо» у складі рахунку 20 «Виробничі запаси». За його дебетом відображають надходження палива, у тому числі і придбаного за безготівковим розрахунком, та одержаного за талонами. За кредитом – його списання у сумі фактичного споживання. Відповідно до даних, зазначених у Подорожніх листах вантажного автомобіля (ф. 2-ТН), Подорожніх листах службового легкового автомобіля (ф. № 3), Облікових листів тракториста-машиніста, Подорожніх листів трактора, можна встановити видачу пального, розрахувати залишок паливно-мастильних матеріалів, які залишаються в баках, та підтвердити факт використання пального для здійснення господарської діяльності.

Детальний аналіз форми цих первинних документів засвідчив, що вони містять дані про рух пального за показниками: марки пального, обсягу видачі, його залишку при виїзді та поверненні. Проте усі вони не забезпечують єдиної законодавчої вимоги – списання пального згідно нормативів. Справа в тому, що організація нормативного методу обліку витрат, у тому числі й пального, залежить від виду виробництва та положень, затверджених Наказом про облікову політику конкретного підприємства. На сьогодні більшість сільськогосподарських підприємств використовують ведення обліку з ручною обробкою інформації, а тому застосування простого попередільного чи позамовного методу обліку з нормативним калькулюванням є достатньо трудомістким. Відмова від такого підходу до обліку витрат позбавляє менеджерів підприємств у важливій інформації про можливі економії чи перевитрати пального. У зв'язку з цим необхідно організувати облік використаного пального за нормами. На нашу думку, для цього необхідно здійснити декілька кроків: по-перше – доповнити розділ про рух пального форм згаданих первинних документах додатковими стовпцями щодо витрат пального за нормами та фактично, по-друге – затвердити наказом по підприємству порядок списання паливно-мастильних матеріалів. Зокрема, заходи першого кроку є суто документального характеру та потребують перегляду положень наказу № 488/346. Кожен первинний документ має підтверджувати не лише обсяг виконаної роботи, але й відобразити умови її виконання. Це впливає на

застосування множини поправочних коефіцієнтів, які знижуючи чи збільшують обсяги витрачання пального, дозволяють виявити достовірність показника кількості списаного пального у витрати. З іншого боку спеціальний наказ керівника підприємства щодо порядку відпуску та списання пального допоможе організувати контроль за його списанням до фактичних витрат чи за рахунок водія. Це забезпечить юридичні підстави для раціонального витрачання дороговартісних ресурсів.

Останнім часом при здійсненні вантажних перевезень все більшого поширення набув спосіб відпуску пального за електронними картками на АЗС. Але облік самих карток здійснюється на рахунку 33 «Інші кошти» у складі грошових документів. Щоб облік усього пального на підприємстві не був розосередженим та відповідав вимогам єдності, доцільно придбані картки на пальне зараховувати на окремий аналітичний рахунок до складу рахунку 203 «Пальне». Для обліку заправки автомобілів зрідженим чи скрапленим газом також потрібно передбачити окремий аналітичний рахунок. В такому разі відповідний субрахунок матиме окремі рахунки:

- 2031 «Паливо на складі»;
- 2032 «Паливо в баках»;
- 2033 «Паливо за талонами та електронними карткам»;
- 2034 «Мастильні матеріали»;
- 2035 «Газоподібне паливо»;
- 2036 «Тверде паливо».

Таким чином для налагодження інформаційного забезпечення керівників різних рівнів щодо руху пального та досконалої організації обліку на даній ділянці, на нашу думку, доцільно: на кожному аграрному підприємстві розробити наказ про порядок списання паливно-мастильних матеріалів; доповнити розділ про рух пального інформацією про дотримання нормативів його списання, а також удосконалити структуру субрахунку 203 «Пальне».

СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

**В.В. ПРИСТУПА, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент НЕВЛАД В.Ф.**

Хлібобулочні вироби є важливим продуктом харчування для більшості населення України. Потреба в них притаманна людям будь-якого соціального статусу і за будь-якого рівня доходів. Хлібопекарська галузь покликана забезпечувати споживачів країни цими життєво значущими продуктами харчування в необхідних обсягах, асортименті та якості. Асортимент хлібобулочних виробів, які виробляються українськими підприємствами, налічує понад 1000 найменувань. Він збільшується щороку в межах конкурентної боротьби за споживача, при цьому використовуються сучасні технології із застосуванням різних смакових добавок, наповнювачів тощо. Практично половина всього хліба, що виробляється в Україні, – пшеничний, частка житнього – близько третини. Булочна продукція займає приблизно 1/6 ринку. Іншим видам продукції (хлібцям та ін.) залишається 4-5%. При цьому за рахунок появи нового виду виробів попит на традиційні марки хліба щороку зменшується приблизно на 5%. Хоча доки хліб масових сортів утримує безумовне лідерство в структурі виробництва хлібо заводів – 65-80%.

Найбільшими виробниками хліба та хлібобулочних виробів в Україні є 6-7 компаній, що контролюють майже половину ринку, кожна з яких концентрує виробничі потужності у певному регіоні. Так, однією з найбільших компаній є «Хліб Києва», яка підтримується столичною владою та займає 91% київського ринку і 13,5% – національного. Столичний ринок також наповнюється за рахунок продукції компаній «Хлібні інвестиції», а також ЗАТ «Укрзернопром». Південь України охоплює холдинг «ГіС», західні області – ПАТ «Концерн«Хлібпром» (питома вага обох компаній на українському ринку складає близько

6%). Решта компаній є досить дрібними та зосереджені на виробництві продукції для окремих населених пунктів або районів. До невеликих компаній належать такі підприємства, як ВАТ«Коровай», ТОВ«Агросервіс2000».

Найбільші хлібозаводи займають, зазвичай, не більше ніж 3% ринку, що пов'язано з нетривалим терміном реалізації продукції, внаслідок чого виробники можуть продавати хлібобулочні вироби тільки у своєму регіоні – географічне розширення реалізації збільшує транспортні витрати, а отже, і собівартість продукції, а також знижує якість продукції, що робить її менш конкурентоспроможною, порівняно з місцевою.

За оперативними даними Держкомстату України хлібопекарськими підприємствами всіх форм власності, які звітують перед статистичними органами, у 2011 році вироблено 1,755 тис. тонн хліба та хлібобулочних виробів, що на 7,9% менше ніж у 2010 році. За 4 місяці 2012 року вироблено 538,6 тис тонн хліба та хлібобулочних виробів. Спад темпів виробництва склав 4,2%.

Проведений нами аналіз діяльності підприємств хлібобулочної промисловості, дозволив виділити ряд основних проблем, які гальмують більш інтенсивний розвиток галузі хлібопечення в Україні. Серед яких можна виділити наступні:

- щорічне скорочення споживання хліба в Україні. Динаміка виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні в період з 2007-2012 роки свідчить про постійне зменшення обсягів виробництва національних пекарів. Порівняно з 2007 роком обсяг вироблених в Україні хлібопродуктів скоротився на 23,8% і в 2012 році склав 1725 тис. т. Щорічно в середньому на 60 тис. т скорочується вироблення одного з найпоживніших продуктів в раціоні українців і темпи зниження прискорюються з кожним роком;

- щорічне зниження частки зерна з високими хлібопекарськими властивостями і значне збільшення домішок. Це прямо впливає на якість борошна та його хлібопекарські властивості;

- моральне та фізичне застарівання хлібопекарського обладнання вітчизняних хлібозаводів. Модернізація великих і розвиток малих виробників галузі вимагають нового обладнання. Серед основних постачальників імпортного обладнання для хлібопекарських підприємств домінують італійські компанії (частка на ринку хлібопекарського машинобудування 25-30%), які спеціалізуються на поставках важкого й допоміжного устаткування, однак ігнорують сегменти хімічних добавок і компонентів. Національне хлібопекарське машинобудування поки характеризується епізодичним розвитком, що є результатом занепадання самої галузі та складної економічної ситуації в країні;

- якісні і дорогі інгредієнти для виготовлення хлібопродукції є досить актуальною для національних підприємств. Майже всі основні інгредієнти поставляються з зарубіжжя, що впливає на формування цін на хліб і хлібобулочні вироби.

Отже, виходячи із вищезазначеного, до актуальних завдань, які необхідно вирішити задля розвитку хлібопекарської галузі та утвердження її позицій як конкурентоспроможної галузі промислового виробництва, слід віднести:

- удосконалення чинного законодавства та його дотримання стосовно гарантування захисту як прав споживачів, так і виробників;

- покращення існуючої системи ціноутворення, створення умов для чесної конкуренції;

- оновлення матеріального устаткування та технічного забезпечення підприємств хлібопекарської галузі;

- створення сприятливих економіко-політичних умов для залучення як іноземних, так і вітчизняних інвесторів, застосування як вже давно відомих, так і нових форм кредитування виробництва тощо;

- розроблення нових та удосконалення існуючих нормативних актів, із використанням провідного зарубіжного досвіду, з метою захисту вітчизняного виробника хлібобулочних продуктів.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ

А.М. ПРИТУЛА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПАРХОМЕНКО Л.А.

Вирощування олійних культур – один з найбільш традиційних напрямків розвитку галузі рослинництва України. В структурі посівних площ технічних культур питома вага олійних культур з кожним роком зростала. Якщо в 1990 році на долю соняшнику та ріпаку припадало 47,3% площ технічних культур, то в минулому році – 72%.

Вирощування олійних культур є важливою складовою стратегії економічного розвитку держави. Протягом останнього десятиріччя в Україні спостерігається стала тенденція розширення посівних площ олійних культур, що зумовлено зростаючим попитом на рослинну олію та високобілкові шроти на внутрішньому та світовому ринках. Експорт насіння до останнього часу був однією з небагатьох галузей української економіки, яка певною мірою забезпечувала валютні надходження до державного бюджету.

Виробництво продукції олійних культур в Україні нині розвивається екстенсивним шляхом: порівняно із 1990 р. площі соняшнику зросли в 2011 р. в 2,3 рази і досягли рекордних 3,8 млн. га (замість науково обґрунтованих 1,5-1,7 млн. га). Середня врожайність по Україні за даний період знизилась майже на третину – до 11,2 ц/га. В окремих областях в 2011 р. вона була катастрофічно низькою, зокрема сільськогосподарськими підприємствами Криму було зібрано лише по 6,8, Хмельницької – 8,0, Херсонської – 8,3 ц/га. Однією з причин зниження урожайності соняшнику в цілому в Україні, на думку ряду фахівців, є його поширення у регіонах, які не мають відповідних ґрунтово-кліматичних умов для його вирощування, зокрема в зоні Полісся, Закарпаття [1].

Основною олійною культурою в Україні є соняшник. Він займає найбільшу посівну площу серед технічних і олійних культур. У 1992 р. посіви соняшнику становили 1641 тис. га, або 46,1% загальної площі технічних культур.

Основне виробництво насіння соняшнику розміщене в Дніпропетровській, Запорізькій, Донецькій, Одеській, Харківській, Кіровоградській, Луганській і Миколаївській областях, де в 2011 р. було одержано понад 75% валового збору.

Викликає занепокоєння значне перевищення темпів росту посівних площ над темпами росту валових зборів цієї культури. Оскільки подальше збільшення посівних площ соняшнику обмежується вимогами агротехніки щодо чергування культур у польовій сівозміні, проблема збільшення виробництва насіння олійних культур викликає необхідність визначення оптимальної структури їх посіву та розміщення по ґрунтово-кліматичних регіонах з метою раціонального використання агрокліматичного потенціалу, враховуючи екологічний фактор.

За розміром посівних площ серед олійних культур друге місце в Україні посідає соя. Соя використовується як продовольча, технічна і кормова культура, і її вирощування набуває дедалі більшого значення. Боби сої містять 18–27% олії і 35–55% повноцінного білка, подібного за якістю до білків тваринного походження. У зв'язку з цим соя незамінна у збагаченні білком концентрованих кормів, її цінні кормові якості широко використовуються для збалансування раціонів тварин в усіх розвинутих країнах. Кілограм зерна сої містить 1,38 корм. од., 350 г білка та інші [2].

Спроби вирощування сої в Україні належать селекціонеру І. Овсінському, який на Хмельниччині вирощував різновиди сої і шляхом простого добору вивів сорти, які в подальшому поширювались на території України та за її межами, зокрема у Франції та у Східній Європі.

Головним компонентом сої, заради якого вона і вирощується, є білок, другим за значимістю – олія. Якщо порівняти вміст білка у сої й інших культурах, то можна стверджувати, що жодна рослина у світі не може зрівнятися із соєю за цим показником.

Соя – важлива культура з агрономічної точки зору, оскільки вона як азотфіксатор збагачує ґрунти азотом, поліпшує його структуру. Підвищення врожаю зернових, вирощених після сої, становить 3-4 ц/га [3].

На фоні збільшення посівних площ і валового збору можна також простежити зростання врожайності сої. Якщо за 1991-1996 рр. урожайність мала тенденцію до зниження, у середньому на 6,7%, то за 1999-2010 рр. вона збільшилась на 9,6%. Слід також вказати на значне коливання врожайності по роках. Так, коефіцієнт варіації врожайності сої за 1994-2010 рр. дорівнював 20%, що свідчить про безсистемне, хаотичне вирощування сої в районах із різними природно-кліматичними умовами. Наприклад, у США, де приділяють значну увагу розміщенню посівів сої в сприятливих зонах її вирощування, тобто забезпечують більш стабільну врожайність, коефіцієнт варіації дорівнює 7%.

Стосовно вирощування сої серед фахівців існує думка, що при дотримуванні технології та використанні сортів нового покоління можна одержати врожайність соєвих бобів на рівні 18-25 ц/га на незрошуваних землях та 28-41 ц/га і більше – на зрошуваних [3].

Виявлено причини низької врожайності сої, які криються в тому, що технологія виробництва цієї культури вимагає точного її дотримання, а також значних витрат на боротьбу із бур'янами. Проте в разі недотримання технології виробництва цієї культури урожайність знижується до 6-7 ц/га, що призводить до збільшення собівартості 1 ц і, відповідно, до зниження рівня рентабельності вирощування зерна сої.

Безсистемне вирощування сої в будь-яких умовах тільки призводить до марного витрачання матеріально-технічних і трудових ресурсів.

Нині найпотужнішими виробниками зерна сої в Україні є області Лісостепу та Степу (майже 98% валового збору). У зоні Лісостепу найбільші площі посіву під соєю в 2010 р. були відведені в таких областях: Полтавській – 55,2 тис. га; Черкаській – 22,0 тис. га; Київській – 15,4 тис. га і Вінницькій – 15,3 тис. га. У цих областях було зібрано й найбільш бобів сої – відповідно 69,9; 26,2; 21,0 і 17,8 тис. т. Слід окремо виділити Кіровоградську область, в якій значно збільшились обсяги виробництва сої. За останні три роки валовий збір сої в цієї області зріс у 9,5 разів.

Важливою олійною культурою є ріпак озимий, площа якого в країні становить понад 84,2 тис. га. Найбільше його висівають у господарствах Вінницької, Хмельницької, Тернопільської, Івано-Франківської та деяких інших областей.

Українське Полісся та Лісостеп мають найсприятливіші ґрунтово-кліматичні умови для вирощування озимого та ярого ріпака, в південних областях бажано активно збільшувати посіви ярого ріпака. В Україні значні посіви ріпака зосереджені в регіонах, де завдяки розвинутим інфраструктурі та промисловості існують реальні можливості реалізувати ріпак за вигідними цінами – це регіон Причорномор'я, Львівська, Вінницька, Івано-Франківська області.

Рівень розвитку продуктового ринку залежить від рівня розвитку інфраструктурної складової, що забезпечує чи створює необхідні умови подальшого інтенсивного розвитку. Функціонування ринку ріпака залежить від рівня розвитку мережі приймальних пунктів, що забезпечують зберігання та доведення товарного насіння до необхідних кондицій. В Україні система «приймання-добробка-відвантаження» ріпака не забезпечувала необхідні умови реалізації державної програми виробництва та переробки ріпака. Більшість хлібоприймальних пунктів виявилися технічно не підготовлені забезпечити якісну добробку ріпака в силу двох причин:

Перша – використання переважно застарілого обладнання, не придатного для якісної очистити ріпака. Безперспективність залучення додаткових коштів для закупівлі необхідного обладнання обумовлювалась відсутністю гарантій стабільного надходження оптових партій ріпака, вартість добробки якого покривала б додаткові витрати.

В результаті, по регіонах України еволюційно виділилися приймальні підприємства, що обслуговували значну частину господарств, в тому числі віддалених на 100 і більше кілометрів.

Друга причина – відсутність обладнання для визначення показників якості товарного ріпака. В Україні існує лише декілька лабораторій, що здатні провести повноцінний аналіз ріпака за жирно-кислотним складом, вмістом глюкозинолатів, засміченістю.

Визначальною перешкодою збільшення виробництва та розвитку ринку олійних

культур (особливо сої і ріпака), на думку більшості науковців, є відстала технічна база сільськогосподарських підприємств. В результаті порушення точності висіву, внесення добрив, недотримання строків збирання цих культур господарства втрачають 30-50% потенційного урожаю, що автоматично підвищує собівартість виробництва однієї тонни продукції. Такі фактори як брак фінансових ресурсів у господарств та прогріхи в селекційній роботі також в значній мірі перешкоджають подальшому розвитку ринку олійних культур в Україні [4].

Для розв'язання проблеми збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та поліпшення її якості вимагає радикальних перетворень економічних відносин та у сфері виробничо-фінансовій діяльності і розподілі прибутку в підприємстві. Також такої тенденції потрібно досягти в управлінні, прискорення науково-технічного прогресу і соціальної перебудови в підприємстві в цілому. Сукупність економічних проблем, які виникають в процесі господарювання повинні вирішувати спеціалісти, які здобули високий рівень знань, відповідну професійну підготовку, мають достатній рівень кваліфікації [5].

Економічна ефективність виробництва усіх видів сировини надалі повинна збільшуватись передусім за рахунок підвищення врожайності і якості культур. У зв'язку з цим найважливішим завданням у сільськогосподарському виробництві культур, є забезпечення підприємства повними сортами і гібридами та освоєння прогресивних енерго- і ресурсозберігаючими, екологічно доцільних технологій їх вирощування.

Список використаних джерел:

1. Статистична інформація: сільське господарство України / Держ. ком. статистики України, 2011. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Маслак О. Ринок соняшнику: Україна та світі / О. Маслак // Пропозиція. – 2009. – №12. – с. 64-66.
3. Атамась Г. П. Виробництво сої в Україні: аналіз і перспективи розвитку / Г. П. Атамась // Вісник аграрної науки Причорномор'я / МДАУ. – Миколаїв, – 2010. – Вип. 2(34). – С. 134-138
4. Арделян Д. В. Ринок ріпаку в Україні: поточна кон'юнктура і прогноз / Д. В. Арделян // Збірник наукових праць Уманського державного аграрного університету. – Умань: УДАУ, 2007. – Вип. 64 В 2 – ч. – Ч.2. – С. 81-86
5. Калюжна О. В. Перспективи виробництва олійних культур / О.В. Калюжна // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – Миколаїв: МДАУ, 2007. – Вип. 3, Т 1 (42). – С. 117–122.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СПРАВЛЯННЯ ПЛАТИ ЗА ОРЕНДУ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ ДЕРЖАВНОЇ ТА КОМУНАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

**С.В. ПРОВОТОРОВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

Трансформації порядку адміністрування більшості податків та платежів, що відбулись в Україні в період з кінця 2010 року, вимагають свіжого аналізу механізмів їх нарахування і сплати, з метою визначення проблемних аспектів справляння таких податкових форм та розробки напрямів їх вдосконалення. Одним із таких податкових платежів, механізм справляння якого в останні роки зазнав змін, є орендна плата за користування земельними ділянками державної та комунальної власності.

Плата за оренду земель державної та комунальної власності завжди була вагомим джерелом надходжень до місцевих бюджетів. З набранням чинності змін, внесених з 31.03. 2005 року до Закону України «Про систему оподаткування», орендну плату за державні та комунальні землі віднесено до складу податкових платежів, в результаті чого адміністрування цього платежу до бюджетів стало завданням органів державної податкової служби України. З прийняттям Податкового кодексу України, хоч механізм справляння плати за оренду землі державної та комунальної власності і зазнав суттєвих змін, проте цей платіж так і залишився податком.

Це єдиний в Україні податок, розмір якого з одиниці земельної площі визначено не положеннями Податкового Кодексу України чи інших нормативно-правових актів в сфері оподаткування, а зазначено в договорах оренди відповідних земельних ділянок.

Варто зазначити, що механізм справляння плати за оренду землі державної та комунальної власності за всю історію її адміністрування органами державної податкової служби зазнав певних змін, пов'язаних, насамперед, з підвищенням максимально можливого розміру ставки цього податку.

Зокрема в 2005 році, згідно з вимогами Закону України «Про оренду землі», річна орендна плата за землі державної та комунальної власності не могла бути меншою від розміру земельного податку, який нараховується за користування такою земельною ділянкою та більшою 10% від грошової оцінки земельної ділянки. Нині ж розмір орендної плати для земель сільськогосподарського призначення також не може бути меншим від розміру земельного податку та, проте, не може перевищувати 12% від нормативної грошової оцінки угідь, переданих в оренду.

Як відомо, базою справляння всіх видів земельних податкових платежів є нормативна грошова оцінка земельних угідь, проведена станом на 01.07. 1995 року та проіндексована на початок відповідного року. В основі методики грошової оцінки землі рентний доход (частина диференціальної ренти I і II та абсолютної ренти), який формується при вирощуванні зернових культур і визначається за даними офіційної статистики.

Звичайно, з часу проведення нормативної грошової оцінки вітчизняних земель пройшло досить багато часу і, при цьому, ніяка індексація нормативної грошової оцінки земельних угідь сільськогосподарського призначення не дозволить визначити розміри диференціальної ренти першого та другого порядку а також абсолютної ренти, що формують базу для обчислення розміру нормативної грошової оцінки таких земельних ділянок. Оскільки підставою для цього є дані державного земельного кадастру, то, наразі, важливим завданням для держави є саме проведення всього комплексу земельно-кадастрових робіт та визначення сучасних розмірів нормативної грошової оцінки земельних ділянок аграрного призначення.

З іншого боку, варто зазначити, що складовими державного земельного кадастру є кадастрове зонування, кадастрові зйомки, бонітування ґрунтів, економічна оцінка угідь, грошова оцінка ділянок, державна реєстрація наділів, облік площ та якісних характеристик земельних угідь. Тому проведення земельного кадастру потребує від держави значних капіталовкладень.

В той же час, нормативна грошова оцінка земельних ділянок нині в Україні є не лише підставою для справляння земельного податку, але й інструментом регулювання земельних відносин при купівлі-продажу, даруванні, передачі у спадщину, заставі, оренді земель, при формуванні ринку землі. Тому кадастрова оцінка земельних угідь має якомога точніше відображати якісні характеристики земель та повинна бути співставною з ринковою ціною на земельні ресурси. Нашу думку з цього приводу підтримують окремі відомі вчені.

Також, як свідчать результати досліджень, природні характеристики окремих земельних ділянок суттєво змінилися з часу їх останньої грошової оцінки. Під час земельної реформи угіддя змінили власника (часто без відома держави) та в окремих випадках – навіть перейшли в інші категорії земель. Тому, нині виникла гостра необхідність уточнення даних щодо оцінки угідь а також інвентаризації земельних угідь залежно від їх власників та користувачів в системі земельного кадастру. Необхідність проведення цих заходів зумовлена не лише потребою в уточненні розмірів бази нарахування плати за оренду землі державної і комунальної власності, але й об'єктивною необхідністю запровадження ринку землі сільськогосподарського призначення.

Крім проведення сучасної нормативної грошової оцінки земельних угідь сільськогосподарського призначення, що є базою справляння плати за оренду землі державної та комунальної власності, проблемою механізму справляння цієї податкової форми є чинний порядок визначення розміру ставок даного платежу, які формуються не в чіткій відповідності до вимог Податкового кодексу України, а визначаються, хоч і в межах граничних розмірів, передбачених цим нормативно-правовим документом, але на підставі

договорів оренди земельних угідь державної та комунальної власності.

Перелічені недоліки чинного порядку нарахування і сплати орендної плати за земельні угіддя державної та комунальної власності потребують термінового та ефективного вирішення.

Зокрема, першочерговим завданням, без виконання якого просто неможливо врегулювати описані нами проблеми справляння плати за оренду землі державної та комунальної власності є здійснення повного комплексу земельнокадастрових робіт та проведення сучасної нормативної грошової оцінки земельних угідь сільськогосподарського призначення.

Крім того, як показали результати дослідження, в найближчому майбутньому ставки плати за оренду земельних угідь державної та комунальної власності мають визначатись не договорами оренди таких земельних угідь, а бути чітко зафіксованими відповідною статтею Податкового кодексу України.

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що аналіз проблем справляння плати за оренду земельних угідь державної та комунальної власності засвідчив, що не дивлячись на те, що ця податкова форма забезпечує надходження значної частини доходів місцевих бюджетів, сучасний механізм її нарахування і сплати не позбавлений суттєвих недоліків, пов'язаних, насамперед з визначенням бази її нарахування та розмірів ставок цього платежу.

Висновки. З метою вдосконалення механізму нарахування та сплати плати за оренду землі державної та комунальної власності необхідно терміново провести повний комплекс земельнокадастрових робіт та нормативну грошову оцінку таких земель а також передбачити чіткий розмір ставок платежу, які, при цьому мають встановлюватись відповідними статтями Податкового кодексу України, а не договорами оренди земельних угідь державної та комунальної власності.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ І ШЛЯХІВ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

**О.В. РАЄВСЬКА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЗАГРЕБЕЛЬНА Н.І.**

З метою узагальнення інформації про фінансові результати діяльність підприємства Планом рахунків бухгалтерського обліку передбачено рахунок 79 «Фінансові результати». За результатами закриття сальдо по ньому переноситься на кредит або дебет 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», що засвідчує отримання підприємством відповідно прибутку або збитку. Важливим є той факт, що основою фінансово-економічного розвитку та стабільності підприємства за наявності конкуренції є збереження фінансової незалежності, яку забезпечує позитивний фінансовий результат діяльності – прибуток.

Значні відмінності у методиці обліку доходів, витрат, визначення фінансових результатів діяльності та відображення їх у звітності для використання різними групами користувачів спричинені розвитком нормативної та методичної бази за різними напрямками без відповідної узгодженості. Разом з тим, потребують адаптації до специфіки галузі моделі маржинального аналізу та оцінки меж беззбитковості. Саме тому питання методики бухгалтерського обліку доходів і витрат, визначення фінансових результатів та їх формування й відображення у звітності є досить актуальними, їх досліджують як науковці, так і бухгалтери, аналітики та менеджери.

У розробку теорії і практики формування та обліку фінансових результатів значний внесок зробили І. О. Бєлий, Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, Дем'яненко М.Я., В. М. Жук, Г. Г. Кірейцев, Ковальчук М.І., Кужельного М.В., Лавріненко Л.І., Ю. Я. Литвин, Лишиленка О.В., Мних Є.В., Моссаковського В.Б., В. Г. Лінник, та інші. Провідні науковці зробили значний внесок у розвиток обліку, однак низка проблем залишається не вирішеною, оскільки становлення нормативної бази обліку і звітності та теоретичне обґрунтування цих процесів перебуває на стадії формування й розвитку.

Метою статті є теоретичне обґрунтування положень та розробка практичних рекомендацій з удосконалення найважливіших аспектів методики й організації обліку фінансових результатів діяльності підприємств.

Категорія «фінансові результати» враховує обидві сторони інтегрованого завдання: скільки отримано і якою ціною досягнуто. На сьогоднішній день, на превеликий жаль, існує законодавче розмежування понять чистого прибутку та прибутку до оподаткування, що обумовлено різними законодавчими підходами до визначення доходів, витрат, а разом з тим, і формування фінансового результату діяльності підприємства. Причиною такого явища є те, що прибуток виступає основним джерелом фінансових ресурсів як на мікро-, так і на макрорівнях і тому відображає суперечності між загальнодержавними інтересами та розвитком підприємств як суб'єктів господарювання. Зрештою, прибуток є основним рушійним стимулом розвитку ринкової економіки. Саме його високий рівень свідчить про привабливість підприємств тієї чи іншої галузі з погляду віддачі від вкладення інвестицій.

Досить проблемним питанням є відсутність в інструктивних матеріалах з бухгалтерського обліку порядку віднесення податку на прибуток від звичайної діяльності (субрахунок 98.1) на фінансові результати – на конкретні субрахунки рахунку 79. Згідно чинного законодавства порядок ведення обліку на рахунку 79 «Фінансові результати», на якому накопичується інформація про фінансові результати від звичайної діяльності та надзвичайних подій, не дає можливості оперативного, повного об'єктивного висвітлення результатів господарської діяльності.

З метою достовірного, оперативного формування фінансових результатів у виробничих підприємствах залежно від видів діяльності виникає потреба відкриття до рахунку 79 «Фінансові результати» субрахунку 79.5 «Фінансовий результат звітного періоду», що не суперечить чинному законодавству. Саме таке нововведення сприятиме узагальненню інформації про фінансові результати, яку використовують для складання проміжної та річної фінансової звітності. На нововведеному субрахунку буде акумулюватися інформація про доходи та витрати всіх субрахунків рахунку 79 «Фінансові результати», тобто протягом року контролюється одержання фінансового результату підприємства в розрізі усіх видів діяльності. Введення субрахунку 79.5 «Фінансовий результат звітного періоду» та разом з тим, запропоновані зміни до реєстрів бухгалтерського обліку сприяють достовірному відображенню в обліку процесу формування інформації про фінансові результати за звітний період, забезпечує повну інформацію для складання Звіту за формою № 2 «Звіт про фінансові результати». Інформація може бути використана підприємством для аналізу внутрішньогосподарської діяльності підрозділів підприємства на основі затвердженої облікової політики, визначення податку на прибуток, оперативного складання фінансової звітності.

Можна з упевненістю стверджувати, що система обліку фінансових результатів є необхідною та важливою частиною функціонування підприємств. А разом з тим, саме від розуміння важливості цього процесу залежить діяльність конкретних суб'єктів господарювання. Дослідженні основні питання стосовно формування та обліку фінансових результатів діяльності є досить вирішальними і багато в чому їх вирішення вплине на зміцнення економічного стану промислового підприємства.

ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВ В УОВАХ ЇХ ДФЦІТУ

**Д.С. РИКОВА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МЕЛЬНИК К.М.**

Для здійснення своєї діяльності підприємство самостійно формує та використовує різноманітні види оборотних коштів. Формування та використання оборотних коштів полягає у визначенні їх оптимального розміру і структури, а також обсягу і структури власних та позикових джерел їх фінансування.

При цьому кожне з джерел формування оборотних коштів має свою вартість залучення, тому в умовах ринкової економіки підприємство ставить за мету мінімізацію витрат за рахунок ефективного управління структурою фінансування оборотних коштів. В умовах економічного розвитку суб'єкти підприємництва повинні дуже ретельно і зважено визначати шляхи та джерела залучення коштів до діяльності підприємства. Це питання є ще більш актуальним в умовах останніх фінансових кризових явищ на Україні. Саме тому, підприємство повинно визначити склад і структуру своїх оборотних коштів, щоб визначитися з оптимальною потребою в них для свого подальшого ефективного функціонування. Цього можна досягти лише за рахунок визначення доцільних джерел фінансування та підтримання певних пропорцій їх використання.

Джерелами формування власних оборотних коштів підприємства можуть виступати власні, залучені і позикові кошти, та прирівняні до власних оборотних коштів – забезпечення наступних платежів та цільове фінансування.

Власні кошти – це кошти підприємств, якими вони покривають мінімальні розміри оборотних засобів (запасів і витрат), що будуть необхідні для забезпечення нормального, безперервного процесу виробництва та реалізації продукції. Вони постійно знаходяться у підприємстві та строк користування ними не встановлюється. Важливим є відповідність власних джерел фактичній наявності оборотних засобів, бо як їх надлишок, так і нестача негативно впливають як на ефективність їх використання, так і на ефективність виробництва.

Мінімальна потреба підприємства в оборотних коштах покривається за рахунок таких власних ресурсів:

- статутний капітал (пайові внески членів засновників, внески іноземних учасників, надходження від емісії цінних паперів);
- відрахування від прибутку;
- цільове фінансування та цільові надходження (з бюджету, галузевих і міжгалузевих позабюджетних фондів);
- приріст постійних пасивів (мінімальна заборгованість із заробітної плати працівникам, відрахування на обов'язкове пенсійне страхування, на соціальне страхування, резерв майбутніх платежів, авансування покупців).

У складі позикових фінансових ресурсів підприємств усіх галузей національної економіки велике значення має кредиторська заборгованість усіх видів, яка виникає в розрахунках з іншими юридичними і фізичними особами, постачальниками, покупцями, бюджетом, органами соціального страхування, позабюджетними фондами, а також у розрахунках з робітниками і службовцями підприємства.

Також важливим напрямком управління суб'єкта господарювання є побудова економічного механізму управління ефективним формуванням та ефективним використанням оборотних коштів підприємства в умовах їх дефіциту, на основі впровадження наступних дій:

- проведення всебічного аналізу сучасного стану ефективності формування та використання оборотних коштів, а також виявлення резервів підвищення ефективності управління ними;
- формування системи управління оборотними коштами на трьох рівнях: стратегічному, поточному та оперативному;
- впровадження ефективного механізму управління оборотними коштами підприємств в умовах їх дефіциту, що базується на використанні прогнозування зміни тенденцій;
- забезпечення високої фінансової дисципліни постачальників, дебіторів та персоналу торговельного підприємства, який передбачає застосування принципу бюджетування;
- здійснення контролю та моніторингу за ефективністю управління оборотними коштами.

Висновки. Таким чином, у контексті побудови ефективної системи формуванням

оборотних коштів підприємства в умовах кризових явищ, передбачає реалізацію наступних дій: планування обсягу оборотних коштів підприємства, що ґрунтується на визначенні потреби окремих елементів оборотних активів; обґрунтування політики формування оборотних коштів, що направлено на ефективне забезпечення оборотним капіталом товарообороту; оптимізація складу власних та позичених джерел формування оборотного капіталу в умовах обраної фінансової стратегії підприємства; проведення ефективної кредитної та інвестиційної політики.

ОЦІНКА, АНАЛІЗ ТА ШЛЯХИ ОЗДОРОВЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

**Р.І. РОМАНЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ГУЗАР Б.С.**

Серед фінансових проблем найбільш досліджуваними та актуальними є аналіз та оцінка фінансового стану суб'єкта господарювання. Оцінка фінансового стану підприємства показує результат діяльності підприємства, визначає його слабкі та сильні сторони та виявляє напрями його подальшого розвитку. Специфічність оцінки рівня фінансового стану зумовлює необхідність врахування оцінювальних фінансових параметрів з різним ступенем впливу на кінцевий результат.

Сьогодні головною проблемою ефективного функціонування підприємств є відсутність комплексної системи оцінки фінансової стійкості, яка б справді допомагала керівництву підприємств виявляти больові точки та ухвалювати правильні управлінські рішення.

Значна увага до аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки приділяється тому, що він є результатом діяльності підприємства, свідчить про досягнення та виявляє передумови розвитку підприємства.

На сьогодні існує велика кількість методик для оцінки фінансового стану підприємства. Серед провідних вчених, які зробили значний внесок у методологію сучасного фінансового аналізу, слід відзначити таких науковців, як: Л. Аврамчука, Л. Бабич, І. Балабанова, Є. Бикової, І. Бланка, Є. Брігхема, В. Буряковського, Дж. Ван Хорна, О. Василика, І. Зятковського, В. Ковальова, А. Поддєрьогіна, Р. Слав'юка, О. Філімоненкова, Ю. Цал–Цалко, А. Шеремета, та інших. Проте сьогодні надзвичайно актуальними залишаються питання оздоровлення фінансового стану суб'єктів господарювання.

Функціонування суб'єктів господарювання в ринкових умовах вимагають нових підходів у загальному їх управлінні, і особливо, щодо їх фінансової сфери. Їх поступальна діяльність в ринкових умовах залежить як від умов зовнішнього середовища функціонування підприємств, так і від їхньої обґрунтованості стратегії розвитку, внутрішніх механізмів формування і використання фінансових ресурсів.

Результати операційної, інвестиційної та фінансової діяльності мають різний ступінь взаємозв'язку і у кінцевому результаті відображають фінансовий стан підприємства. Сама економічна категорія "фінансовий стан" має комплексний характер, і відображає рейтинг підприємства на ринках, де воно функціонує, його здатність генерувати прибуток, фінансову стабільність тощо. Вважається, що фінансовий стан характеризується стійкою платоспроможністю, достатнім обсягом власного капіталу та ефективним його використанням, чіткою організацією розрахунків, наявністю значного фінансового потенціалу.

Кожне підприємство намагається досягти стабільного фінансового стану, тобто створити достатній обсяг фінансових ресурсів, що є гарантом своєчасності розрахунків з постачальниками, бюджетом та іншими ланками фінансової системи, подальшого економічного та соціального розвитку підприємства.

Одна з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства – це забезпечення стабільності його діяльності в майбутньому. Вона пов'язана із загальною

фінансовою структурою підприємства, його залежністю від кредиторів та інвесторів.

Метою оцінки фінансового стану підприємства є виявлення проблем його функціонування, розробка і реалізація заходів, направлених на швидке відновлення платоспроможності, та достатнього рівня фінансової стійкості, а також встановлення можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, яка забезпечить прибутковість та зростання виробничого потенціалу.

У ринкових умовах господарювання підприємств важливим є врахування поряд з такими елементами як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова активність, що визначається, зокрема, ефективністю оборотних коштів, прибутковістю підприємства, таких як потенціал формування та повнота використання фінансових ресурсів, збалансування грошових потоків і рівень фінансового ризику.

Аналіз фінансового стану підприємства є одним з найважливіших для розуміння вихідної точки змін та прорахунку можливих варіантів дій, спрямованих на покращення ефективності функціонування підприємства. Адже фінансова система є чимось на зразок кровоносної системи організму для підприємства. Будь-який недолік в прорахунках та недостача засобів в одній сфері діяльності підприємства може порушити ефективність всієї системи діяльності підприємства та не тільки призвести до недоотримання прибутку, а й до збитковості діяльності організації.

Аналіз та оцінка фінансового стану підприємства здійснюється за допомогою системи економічних категорій, якими він визначається, а саме: фінансовою стійкістю, рентабельністю, платоспроможністю і ліквідністю та діловою активністю. Дані показники є самостійними і водночас тісно взаємопов'язаними, що доповнюють один одного і можуть використовуватись як комплексно, так і кожен зокрема зовнішніми і внутрішніми інвесторами, кредиторами, діловими партнерами, управліннями тощо.

Для забезпечення задовільного фінансового стану підприємства важливе значення має тактика фінансового управління, в тому числі і стосовно оцінки його фінансового стану у поточному і майбутніх періодах. Більшість науковців, а саме М.Коробов, В.Меєць визначають необхідність дослідження фінансового стану підприємства як в оперативному, так і у загальному управлінні, що зумовлює необхідність експрес і поглибленого аналізу фінансового стану з розробкою системи уніфікованих показників для цих видів аналізу.

На нашу думку, для забезпечення задовільного фінансового стану на кожному підприємстві у загальній системі фінансового менеджменту необхідно розробити та забезпечити реалізацію системи аналізу та оцінки фінансового стану, адаптованої до особливостей функціонування даного підприємства на ринку, завдань його фінансової стратегії та політики, фінансової ментальності власників тощо. Така система повинна забезпечити наявність необхідної інформаційної бази для проведення ґрунтовного аналізу фінансового стану як в оперативному, так і поточному режимах, з врахуванням всіх чинників, що його визначають, проведення аналізу і розробку заходів щодо його зміцнення в майбутньому.

У ринкових умовах господарювання аналіз фінансового стану – необхідна складова процесу управління підприємством.

Аналіз фінансового стану підприємства показує, за якими конкретними напрямками потрібно проводити аналітичну роботу, дає можливість виявити найважливіші аспекти та найслабкіші позиції у фінансовому стані певного підприємства.

Згідно з цим результати фінансового аналізу дають відповіді на запитання, які найважливіші засоби слід застосовувати для поліпшення фінансового стану конкретного підприємства в конкретний період його діяльності.

Висновки. Таким чином, після розгляду необхідності оцінки фінансового стану підприємства слід зазначити, що вона є необхідною умовою для нормального функціонування. Оцінка є необхідною передумовою для ведення діяльності підприємства усіх форм власності, а також є необхідною для основних користувачів (інвестори, власники, керівництво підприємства, банки, постачальники та інші кредитори, працівники підприємства, органи державного управління, юридичні та фізичні особи), яких цікавить фінансово-господарська діяльність вітчизняних та зарубіжних підприємств.

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФГ «ОЛЕНА» ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**В.С. РЯБОКУЧМА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЦИМБАЛЮК Ю.А.**

Управління маркетингом – це процес аналізу ринкових можливостей, добору цільових ринків, розробки комплексу маркетингу і втілення в життя маркетингових заходів

Складовою частиною управління маркетингом є його організація. Вона включає: визначення структури управління маркетингом; підбір і розстановку кадрів відповідно до вибраної структури управління; встановлення прав і обов'язків співробітників служби управління маркетингом; створення необхідних умов для нормальної роботи співробітників, зайнятих рішенням маркетингових завдань; встановлення необхідної взаємодії між відділами служби управління маркетингом і іншими відділами управління фірмою.

Правильний вибір структури управління маркетингом багато в чому зумовлює вирішення інших, які ставляться перед організацією. Визначити структуру управління маркетингом – значить встановити окремі елементи в суб'єкті управління маркетингом, виявити їх підпорядкованість і взаємозв'язок у процесі прийняття та реалізації управлінських рішень. Такі підпорядкованість і взаємозв'язки можуть бути самими різними. Найбільш часто на практиці використовуються:

- функціональна структура управління;
- структура управління, побудована за товарним принципом (товарна структура управління);
- структура управління, побудована за регіональним принципом (регіональна структура управління);
- матрична структура управління.

ФГ «Олена» Гайворонського району Кіровоградської області, яке спеціалізується на виробництві сільськогосподарської продукції, на даному етапі свого розвитку не має впорядкованої системи організації та управління маркетингом. На нашу думку, першочергові вдосконалення у цій сфері мають передбачати створення структури управління маркетинговими функціонального типу. Створюваний маркетинговий підрозділ у ФГ «Олена» нестиме відповідальність за реалізацію поставлених цілей і виконання завдань, підбір та раціональну розстановку кадрів, інформаційне забезпечення. Дослідження показують, що в структурі управління маркетинговою службою господарства доцільні наступні функціональні підрозділи.

1. Маркетингова група (група вивчення ринку), яка створюється на базі планово-економічного відділу господарств.

2. Служба збуту для виконання наступних завдань: організація продажів, збір інформації про потенційних покупців, вивчення їх смаків і потреб, збір інформації про зовнішніх і внутрішніх конкурентів, первинний аналіз і систематизація зібраної інформації, організація реклами, вивчення стандартів якості і нормативно-правових документів.

Крім того, необхідно врахувати, що підприємство матиме маркетингову орієнтацію тільки за умови, якщо керівник служби маркетингу стане другою за значущістю особою після керівника і йому для цього будуть делеговані необхідні повноваження.

При організації маркетингу функціональним підрозділам дане підприємство насамперед виконує такі завдання:

- побудова та вдосконалення структури управління маркетингом на підприємстві;
- добір фахівців з маркетингу належної кваліфікації;
- розподіл завдань, прав і відповідальності серед працівників маркетингових служб;
- створення належних умов для ефективної роботи маркетингового персоналу та забезпечення ефективної взаємодії маркетингової служби з іншими службами фірми.

Ефективна організація маркетингової діяльності на досліджуваному підприємстві сприяє уникненню та нейтралізації ризиків, створення сприятливих умов всередині та поза

підприємством, підвищенню обсягів та якості продукції на основі вимог споживача, удосконаленню технології виробництва продукції з урахуванням зміни попиту, збереженню та розширенню частки ринку, забезпеченню постійного контролю за господарською діяльністю на ринку.

Організацію маркетингової діяльності у ФГ «Олена», потрібно здійснювати із врахуванням специфіки сільського господарства: залежність економічних результатів від природних умов; роль та значення продовольчих товарів; розбіжність робочого періоду з періодом виробництва; сезонність виробництва і одержання продуктів; різноманітність форм власності та організаційних форм господарювання; вплив світового ринку; значний вплив держави на розвиток аграрного ринку; результат діяльності є товари першої необхідності; виробництво пов'язане з використанням землі; багато ланок АПК випускають не кінцеву, а проміжну продукцію.

На основі врахування даних особливостей у даному сільськогосподарському підприємстві повинна здійснюватись організація маркетингової діяльності, яка дозволить гнучко переорієнтувати агропромислове виробництво і реалізацію продукції на повне задоволення потреб та бажань споживачів.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА УКРАЇНИ

**І.А. СВИСТУН, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ТЕРНАВСЬКА І.Б.**

Стабільний і надійний розвиток ринку продукції тваринництва є одним із важливих факторів зростання економіки сільського господарства. Він повинен забезпечувати гарантований доступ населення до продовольства в необхідній кількості, якості та асортименті. Ринок продукції тваринництва, як і будь-який інший ринок, формує зв'язки між виробниками продукції і споживачами на основі попиту, пропозиції, ціни та механізмів ринкової конкуренції.

Попит населення України на продукцію тваринництва за останні роки скоротився майже вдвічі. Пояснюється це в основному скороченням обсягів виробництва, значним підвищенням роздрібних цін майже на всі види продуктів та низькими доходами переважної частини населення, його соціальною диференціацією. Населенням тривалий час споживається нижче фізіологічних норм м'ясних, молочних і рибних продуктів, овочів та фруктів, а надмірно – хліба і картоплі.

Становлення ринкової системи господарювання вимагає створення умов вільного просування продукції від сільськогосподарських виробників до кінцевого споживача, розвитку інтеграційних зв'язків між виробниками, сферою переробки і торгівлі, формування шляхів стійкого розвитку ринку продуктів тваринництва.

За останні п'ять років зростання обсягів виробництва м'яса українськими виробниками відбувалося переважно за рахунок м'яса птиці на тлі щорічного зниження обсягів виробництва яловичини. Поряд із цим, із 2009 року почали збільшуватись обсяги виробництва свинини. За підсумками 2011 року було вироблено 705 тис. тонн цієї продукції, що на 33% перевищує показник 2009 року. Загалом, виробництво основних видів м'яса у 2011 р. зросло на 12% до рівня 2144 тис. тонн.

На ситуацію в галузі 2011 року впливали одночасно декілька основних факторів. По-перше, зростання ділової активності в окремих секторах економіки України та поступове відновлення купівельної спроможності населення, що позитивно вплинуло на споживання харчової продукції населенням в цілому. По-друге, збереглася тенденція до скорочення частки імпорту продукції у внутрішньому споживанні основних видів м'яса та м'ясопродуктів.

Загальний обсяг імпорту м'яса в 2011 р. склав 244 тис. тонн, що дорівнює показнику 2007 р. та вдвічі менше, ніж було імпортовано у 2008 р. У загальній структурі імпорту м'яса

близько 63% припадало на поставки свинини та 27% – м'ясо птиці. При цьому, протягом 2011 р. експорт м'яса з України істотно збільшився порівняно з 2007 р. на 76% і склав 79 тис. тонн. Основною причиною таких змін стало наближення цін на вітчизняну сировину до рівня цін в основних країнах-експортерах.

Вітчизняне тваринництво поступово збільшує рівень забезпеченості України м'ясом. Так, у 2008 р. частка імпортованого м'яса складала 29%, в 2009 р. – 23%, в 2010 р. – 18%, а в 2011 р. лише 11%. Рівень споживання м'яса населенням за підсумками 2011 р. становив 51 кг на одну особу, що на 11% вище показника 2007 р.

Проте, протягом останніх п'яти років зберігалася негативна тенденція скорочення поголів'я ВРХ у господарствах усіх категорій. Скорочення поголів'я ВРХ на фоні триваючого нарощування поголів'я птиці пов'язано як із тим, що організація виробництва м'яса птиці є інвестиційно-привабливою та потребує значно меншого періоду часу для досягнення кондиційної ваги ніж у виробництві ВРХ, так із тим, що близько 78% поголів'я корів утримується господарствами населення.

Виробництво молока за останні п'ять років скоротилося на 1,2 млн. тонн, або на 10%. Частка експорту коливається в межах 0,9-1,1 млн. тонн, що складає 8-9% загального його виробництва. У структурі експорту молочної продукції близько 50% припадає на ринок Росії, куди Україна експортує сири. Імпорт молочних продуктів в Україні незначний і коливається в межах 200-300 тис. тонн щороку, а серед основних постачальників виступають білоруські та російські компанії.

За досліджуваний період варто відмітити позитивну динаміку виробництва та експорту яєць. Якщо виробництво збільшилось на третину, то обсяг експорту відмітився зростанням у п'ять разів, проте він становить лише 7,7% їх виробництва. Отже, для збереження позитивних тенденцій розвитку галузі потрібно шукати нові ринки збуту продукції птахівництва за межами держави, адже внутрішній ринок України достатньо забезпечений даним видом продукції.

Важливою проблемою галузі є низька якість сировини, особливо від господарств населення. Якщо реалізоване молоко сільськогосподарськими підприємствами відповідає вищому та першому ґатункам, то від господарств населення на переробні підприємства молоко надходить другим сортом (73%). Все це впливає на реалізаційну ціну, яка в сільгосппідприємствах на 25-30% вища, ніж в господарствах населення.

Реалії ринкової економіки диктують необхідність підвищення економічної ефективності виробництва продукції тваринництва шляхом запровадження прогресивних енерго- і ресурсозберігаючих технологій та освоєння інших елементів конкурентоздатності виробництва.

Встановлено, що адаптація галузі тваринництва до ринкових відносин вимагає систематичних зусиль із оптимізації структури виробництва, зниження питомих витрат виробничих ресурсів, постійного моніторингу вимог ринку до якості та асортименту продукції, вдосконалення економіко-організаційної структури аграрних підприємств, забезпечення паритетних взаємовідносин між різними сферами агропромислового комплексу.

СУЧАСНИЙ СТАН ВИРОБНИЦТВА І ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ

**Б.І. СЕМЧУК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ПАРХОМЕНКО Л.А.**

Соняшник – основна олійна культура в багатьох країнах світу. У складі всіх олійних культур він займає 70% посівної площі і 85% валового збору.

Соняшник в Україні займає найбільшу посівну площу й серед технічних культур. Так якщо у 1990 р. площі зайняті посівами соняшнику і цукрових буряків були приблизно

однакові, то останніми роками ситуація кардинально змінилася: питома вага соняшнику в посівах технічних – 63,5%, цукрових буряків – 5,6%.

Україна займає одне з провідних місць серед соняшникосіючих держав, виробляючи щорічно близько 10% насіння соняшнику у світі. Ринок його насіння в країні розгалужений та різноманітний, що зумовлено великою площею посівів та популярністю культури, сприятливими природно-кліматичними умовами вирощування та високим потенціалом урожайності, попитом на сировину. Особливо це стосується Південного регіону та його областей, які відносяться до найбільш сприятливих зон вирощування цієї культури [1].

Із насіння соняшнику виробляється приблизно дві третини всієї рослинної олії. Досвід багатьох країн свідчить, що споживання рослинних жирів збільшується, а споживання тваринних зменшується. Це пояснюється тим, що рослинні жири порівняно з тваринними більш корисні для здоров'я людини. Соняшникова олія містить 55% необхідної для людини ліноленової кислоти. Олія широко використовується в харчовій, текстильній, лакофарбовій, авіаційній та інших галузях промисловості, а також медицині. В процесі олійного виробництва одержують цінні відходи – макуху і шрот, що є високопоживним кормом для продуктивної худоби. Кілограм соняшnikової макухи містить 115 корм. од. і 357 г перетравного протеїну [2].

Соняшник є добрим медоносом. Так, медпродуктивність одного гектара посіву соняшнику становить 40 кг. Від реалізації насіння соняшника, олії Україна має значні валютні надходження. Соняшник – високорентабельна культура, саме завдяки його посівам значна кількість підприємств утримують свою економіку в задовільному стані.

У межах України найбільш сприятливі ґрунтово-кліматичні умови для вирощування цієї культури мають підприємства Степової зони, в яких зосереджено понад 80-85% посівної площі, решта розташовані в лісостеповій зоні. Найбільші посівні площі цієї культури мають Запорізька (594,4), Дніпропетровська (540,8), Донецька (443,1), Кіровоградська (409 тис. га) області. Повністю відсутні товарні посіви соняшнику в північній частині України – Львівській (0,1), Волинській (0,5) Івано-Франківській (0,7), Закарпатській та Рівненській областях (по 1,5 тис. га).

Насіння соняшнику є одним із найбільш прибуткових видів продукції на внутрішньому ринку. Проте, негативною тенденцією є те, що впродовж останніх років вирощування соняшнику здійснюється на основі екстенсивних методів розвитку. Екстенсивний, енергозатратний шлях одержання сировини може призвести до кризи соняшnikової галузі країни та її регіонів. Без застосування сучасних технологій вирощування та переробки соняшнику, наукового обґрунтування напрямів підвищення ефективності його виробництва, механізму регулювання взаємовідносин в регіональному підкомплексі, не можна розраховувати на одержання високих врожаїв, бо природна родючість ґрунтів, яка з року в рік вичерпується, не забезпечить приріст валових зборів цієї культури [3].

В зв'язку з цим пошук резервів та можливостей забезпечення стабільної прибутковості сільськогосподарських підприємств регіону на інтенсивній основі, забезпечення споживчого продовольчого ринку якісною продукцією, а потреби переробних підприємств у екологічно чистій сировині в достатніх обсягах, власного ринку та розширення експорту – зумовлює необхідність подальшого дослідження проблем підвищення врожайності культури при зменшенні площ посіву.

Взагалі виробництво насіння соняшнику є прибутковою галуззю, що підтверджує загальну тенденцію по Україні.

Рівень продуктивності соняшнику залежить як від власних внутрішніх властивостей, генетичного потенціалу та особливостей сорту (гібриду), так і від зовнішніх умов вирощування, а саме:

- якісного посівного матеріалу в поєднанні з комплексною системою підготовки ґрунту;
- раціонального використання добрив під посів соняшнику в оптимальних дозах ($N_{60}P_{60}$);
- широко впровадження біостимуляторів росту рослин, як самого доступного,

дешевого і вагомого заходу в підвищенні урожайності соняшнику в господарстві;

- впровадження у виробництво гібридів (сортів) соняшнику з високим потенціалом урожаю і вмістом олії.

Основні шляхи підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва:

- 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;
- розвиток сільськогосподарського виробництва на основі різноманітних форм власності і видів господарювання створення для них рівних економічних умов, необхідних для самостійної та ініціативної роботи.

МАРКЕТИНГ КОРЕНІВ ЦУКРОВИХ БУРЯКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

А.С. СЕРЕДА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент ХАРЕНКО А.О.

Продовольча безпека є однією з вирішальних складових загальноекономічної безпеки будь-якої держави. Завдяки їй досягається сталий соціально-економічний розвиток суспільства, його демографічне відтворення.

Продовольча криза в сучасному світі підриває здоров'я більше одного млрд. чоловік і безпосередньо загрожує чверті населення країн, що розвиваються, нормальним умовам життя та праці в цих країнах, а також до 5% населення розвинутих країн. За даними експертів ООН, протягом двох останніх десятиріч через недоїдання і голод щорічно вмирало близько 50 млн. чол. Найбільш важкий стан з забезпеченням продовольством населення у 40 найбідніших країнах світу, які входять до так званої „зони голоду”, що охоплює екваторіальну частину Африки і Південно-Східну Азію.

Необхідність забезпечення продовольчої безпеки України вимагає підтримання відповідного рівня продовольчого самозабезпечення, що передбачає використання державної підтримки вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції та вжиття заходів імпортного контролю з метою захисту власних виробників від іноземної конкуренції. Надійність забезпечення продовольчої безпеки полягає як у достатньому самозабезпеченні продуктами харчування, так і в наявності коштів для їх імпорту в необхідних обсягах за умов мінімальної потенційної вразливості продовольчого забезпечення населення в разі виникнення ускладнень з імпортом продовольства (відсутність валюти, зростання цін, ембарго тощо).

Однією із стратегічних культур, що забезпечують продовольчу безпеку країни є цукрові буряки. До кінця 20 століття вони давали біля 50% грошової виручки сільськогосподарських товаровиробників. Проте через відсутність продуманої державної політики щодо даної галузі спостерігається катастрофічний занепад її (питома вага в структурі товарної продукції протягом 10 останніх років коливається на рівні 4,5%) – скорочення посівних площ в рази пов'язано із високим рівнем капіталовкладень та значними затратами праці, а з іншого боку низькими реалізаційними цінами. Так, протягом останніх років площі під культурою коливалися з 16114 га у 2009 році до 49039 га у 2006 році, в 2011 р. даний показник становив 35889 га. З 2005 по 2011 рік урожайність цукрових буряків зросла на 19,8%.

Розглядаючи таку проблему як ефективність виробництва цукрових буряків з позицій загальноприйнятих показників зазначимо, що її рівень, як і ефективність іншої продукції сільського господарства, залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів, що діють на сучасному ринку продовольства. Раціональний рівень організації виробництва в галузі є першоосновою одержання високої результативності господарювання навіть при інших несприятливих умовах, і навпаки. Макроекономічні чинники протягом останніх років сприяли формуванню умов стабільності виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах, внаслідок чого фінансові результати їх господарської діяльності щодо цукрових буряків були позитивними – рівень рентабельності зріс з -15,4% у 2007 році до 78,4% у 2011. Розмір прибутку в розрахунку на 1 ц продукції в 2011 році становив 23,28 грн. На нашу думку, це пов'язано, в першу чергу, із різким підвищення закупівельних цін переробними підприємствами під тиском держави.

Концентрація виробництва забезпечує зниження собівартості одиниці продукції, збільшення розміру прибутку на 1 га. Більші підприємства мають можливість застосовувати у своїй діяльності інтенсивні технології на інноваційній основі, витрачаючи для цього достатню кількість матеріальних ресурсів (добрив, засобів захисту рослин, нової техніки, продуктивних сортів і гібридів рослин), які значно підвищують продуктивність ріллі. Цього, на жаль, не можуть зробити господарства менші за розмірами. Це створює безвихідну ситуацію щодо подальшого розвитку і веде до банкрутства цих підприємств, поглинання їх більш економічно міцними. До підприємств, що мали понад 1000 га збірної площі досліджуваної культури в 2011 році належать: ПСП «Аскольд-агро» (1057 га), ІП «Агро-Вільд Україна» (2370 га) і ТОВ «Оберіг-інвест» (1688 га) Жашківського району; СТОВ «Пальміра» (4946 га) Золотоніського; СТОВ «АФ «Корсунь» (6791 га) та СТОВ «АФ «Злагода» (5798 га) Корсунь-Шевченківського; ТОВ «Киценці» (1129 га) Маньківського.

Основним каналом реалізації коренів цукрових буряків є переробні підприємства (питома вага протягом 5 останніх років коливається на рівні 85%). Незначна частка збіжжя збувається комерційним організаціям з метою подальшої переробки або на корм худобі. Рівень цін на продукцію коливається в залежності від каналу збуту.

Головним чинником підвищення ефективності виробництва цукрових буряків має стати добре налагоджений маркетинг та нарощування потужностей переробних підприємств регіону. Так, умовою ефективною маркетингової діяльності є визначення рівноваги між маркетинговими цілями й маркетинговими можливостями і ресурсами господарств, тобто ефективне маркетингове планування. В основу його слід покласти органічне поєднання виробництва, задоволення потреб споживачів і розвиток підприємства. Оптимізація планування маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах забезпечить підвищення обсягів реалізації продукції та збільшить прибутки підприємства, а це у свою чергу дає змогу підприємству збільшити витрати на маркетинг, а в результаті, за умови його ефективного використання, підвищити прибутки підприємства загалом.

ДОХОДИ БЮДЖЕТУ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО ФІНАНСОВОЇ САМОДОСТАТНОСТІ

**І.Ю. СКЛЯРЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

Недостатній рівень власних джерел надходжень бюджету Пенсійного фонду України зумовлює необхідність додаткових витрат державної казни, за рахунок якої останніми роками значною мірою фінансуються потреби пенсійного забезпечення громадян України.

Варто зазначити, що в Україні з метою вирішення цієї проблеми формується резерв коштів Пенсійного фонду, ресурси якого використовуються для забезпечення своєчасного та в повному обсязі фінансування виплати пенсій і надання соціальних послуг. При цьому, розмір такого резерву відповідає місячній потребі коштів на зазначені цілі.

З метою збереження резерву витрат на покриття дефіциту бюджету Пенсійного фонду в майбутніх періодах та отримання додаткових доходів, Пенсійний фонд інвестує кошти такого резерву та використовує при потребі як сам резерв так і доходи від його інвестування на покриття дефіциту бюджету ПФУ. В той же час, слід зазначити, що доходи від інвестування вільних коштів Пенсійного фонду України за всю історію його функціонування не були достатніми для покриття його дефіциту коштів.

Тому, єдиним реальним джерелом погашення як дефіциту так і касових розривів бюджету Пенсійного фонду наразі є асигнування з державного бюджету. Саме цей метод вирівнювання доходної спроможності пенсійного бюджету найчастіше використовується в практиці діяльності Пенсійного фонду України.

В той же час, останніми роками кризові ситуації в фінансово-економічній сфері зумовлюють необхідність з одного боку перегляду напрямів використання бюджетних ресурсів, а з іншого – підняття рівня самодостатності бюджету Пенсійного фонду України.

Для виконання цього завдання необхідно досягти забезпечення зростання розмірів доходів цього державного цільового фонду, чого в теорії можна досягти через підвищення ставок єдиного соціального внеску, боротьби з тонізацією доходів а також розширення бази справляння єдиного соціального внеску.

Зростання розмірів доходів бюджету Пенсійного фонду України за рахунок підвищення ставок єдиного соціального внеску, на наше переконання, можливе лише теоретично, оскільки, по-перше, такий крок може спричинити значні соціальні заворушення та, по-друге, порівняння вітчизняної практики і світового досвіду справляння соціально-пенсійних внесків демонструє, що ставки єдиного соціального внеску в Україні є порівняно значними.

Що ж до запобігання тінізації заробітних плат та інших доходів, то саме воно, на нашу думку, є одним із найголовніших завдань для держави, оскільки досягнення цієї мети не лише забезпечить додаткові надходження соціально-пенсійних внесків та податку з доходів фізичних осіб, але й свідчатиме про суттєву декриміналізацію суспільства та буде реальним показником ефективності боротьби не лише з тінізацією доходів громадян, але й з корупцією.

Крім того, цілком реальним шляхом до збільшення доходів бюджету Пенсійного фонду України, на нашу думку, може бути розширення бази справляння єдиного соціального внеску. На наше переконання, в Україні єдиний соціальний внесок за помірними ставками може справлятися не лише з доходів громадян, але й з окремих їх витрат (наприклад – на придбання ювелірних прикрас із дорогоцінним камінням, елітного житла, закордонних туристичних путівок, на оплату послуг по доступу до Інтернету, авіаквитків, а в найближчому майбутньому – квитків на космічні подорожі).

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, варто зазначити, що реальними шляхами підвищення рівня самодостатності бюджету Пенсійного фонду України є боротьба з тінізацією доходів та ухиленням від сплати єдиного соціального внеску а також розширення бази його справляння за рахунок утримання сум внеску з витрат громадян на придбання ювелірних прикрас із дорогоцінним камінням, елітного житла, закордонних турпутівок, послуг по доступу до Інтернету, авіаквитків, квитків на космічні подорожі.

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

О.О. СМІЛЯНЕЦЬ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ГВОЗДЄЙ Н. І.

Головною ланкою економіки в ринкових умовах господарювання є підприємства як господарюючі суб'єкти. Вони здійснюють виробничу, науково – дослідну й комерційну діяльність, в результаті якої виробляють відповідні види продукції, реалізують її, отримують розподіляють доходи, формують відповідні фонди фінансових ресурсів.

Виробнича та фінансова діяльність підприємств починається з формування фінансових ресурсів. Вони мають створити передумови для стабільного процесу виробництва та його постійного зростання, що визначає конкурентоспроможність підприємства на ринку. Врешті-решт виграє той, хто зуміє залучити більше ресурсів з найменшими витратами.

Якість використання фінансових ресурсів може бути оцінена через ефективність використання, при цьому ефективність забезпечується впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів: економічних, правових, соціальних та інших.

З економічної точки зору ефективність може змінюватися в залежності від таких чинників:

- орієнтація підприємства та інтенсивний шлях розвитку і досягнення більш високого рівня ефективності в економіці;
- виявлення резервів подальшого вдосконалення господарської діяльності підприємства на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, досконалої технології і покращення організації виробництва;
- створення діючого механізму підвищення ефективності.

Як зазначалося вище, багато вчених приділяло увагу саме визначенню категорії «фінансові ресурси», джерелам їх формування, класифікації, але набагато менше вчених зверталися до оцінки використання фінансових ресурсів

Окрім того ефективність використання фінансових ресурсів кожен розглядає по-своєму. Вовк В.М. під ефективністю використання фінансових ресурсів розуміє формування певної структури капіталу та стверджує про недоцільність обчислення усіх багатьох коефіцієнтів, оскільки більшість з них близькі або однотипні за економічним змістом. Для визначення структури капіталу окремого підприємства достатньо обчислити коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт концентрації позикового капіталу та коефіцієнт співвідношення позикового і власного капіталу.

Джерелами формування фінансових ресурсів є власні кошти підприємства і залучені з різних джерел кошти.

Для здійснення такої діяльності підприємства використовують окремі види ресурсів: матеріальні, трудові, фінансові, а також грошові кошти. Матеріальні ресурси є основою процесу виробництва. Їх формування здійснюється, як правило, за рахунок різних джерел: власного капіталу підприємства, позичених і залучених фінансових ресурсів. Всі фінансові ресурси фірми як внутрішні, так і зовнішні в залежності від часу, протягом якого вони знаходяться в розпорядженні фірми, діляться на короткострокові (до одного року) і довгострокові (понад одного року). Цей розподіл досить умовний, а масштаб тимчасових інтервалів залежить від фінансового законодавстві конкретної країни, правил ведення фінансової звітності, національних традицій. З визначення фінансових ресурсів впливає, що по своїй природі вони розподіляються на внутрішні (власні) та зовнішні (залучені). В свою чергу внутрішні в реальній формі представлені в стандартній звітності у вигляді чистого прибутку і амортизації, а в перетвореній формі – у вигляді зобов'язань перед службовцями фірми, податковими органами, позабюджетними фондами і іншими фірмами. Чистий прибуток являє собою частину прибутковості фірми, яка утворюється після вирахування із загальної суми прибутків обов'язкових платежів – податків, зборів, штрафів, пені, неустойок, частини відсотків і інших обов'язкових виплат. Чистий прибуток знаходиться в розпорядженні фірми і розподіляється за рішеннями її керівних органів.

Власні фінансові ресурси – це базова частина всіх фінансових ресурсів фірми, яка утвориться на момент створення фірми і знаходиться в її розпорядженні на всьому періоді протягом її життя. Цю частину фінансових ресурсів прийнято називати статутним фондом або статутним капіталом фірми. У залежності від організаційно-правової форми власності підприємства його статутний капітал формується за рахунок випуску і подальшого продажу акцій (звичайних, привілейованих або їх комбінації), вкладень в статутний капітал паїв, часток і т.д. За час функціонування суб'єкта господарювання його статутний капітал може дробитися, зменшуватися і збільшуватися, в тому числі і за рахунок частини внутрішніх фінансових ресурсів підприємства.

Залучені кошти – це кошти, які не належать підприємствам, але внаслідок діючої системи розрахунків постійно знаходяться в їх обігу. Формуються вони за рахунок усіх видів кредиторської заборгованості підприємства.

Усі види названих джерел беруть участь як у формуванні активів підприємства, так і в здійсненні його виробничо – господарської діяльності з метою одержання відповідного доходу, прибутку. Під фінансовими ресурсами слід розуміти загальну суму власного, позиченого й залученого капіталу, що використовується підприємствами для формування своїх активів і здійснення виробничо – господарської діяльності з метою одержання прибутку.

До джерел фінансових ресурсів відносять також надходження грошових ресурсів за рахунок благодійних внесків (меценатство), страхових внесків, від продажу закладеного майна боржника, спонсорських внесків і т.д. Спонсор – це юридична або фізична особа, яка фінансує якийсь захід. Спонсорство – це двосторонній процес.

Висновки. Підприємство отримує необхідні йому фінансові ресурси, а спонсор – деяку вигоду у вигляді підвищення його іміджу і престижу, рекламу, підготовку кваліфікованих спеціалістів, а також у формі прямого прибутку від профінансованого ним заходу.

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ

Д.О. СНИТКОВСЬКИЙ, студ., V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., викладач МИХАЙЛОВИНА С.О.

Повна, правдива та всебічна інформація про економічний стан є необхідною умовою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Вона є основою для прийняття своєчасних та економічно обґрунтованих економічних управлінських рішень як оперативного, так і стратегічного характеру. Якісне інформаційне забезпечення дозволяє своєчасно і адекватно реагувати на зміну внутрішнього та зовнішнього економічного середовища, виявляти і об'єктивно оцінювати сильні та слабкі сторони підприємства, оптимально використовувати наявні ресурси і можливості.

Основним джерелом інформації про діяльність підприємства є дані бухгалтерського обліку та складена на їх основі фінансова, податкова, статистична та інші види звітності.

Саме тому на перший план виходить необхідність забезпечення об'єктивності, достовірності та реальності показників бухгалтерського обліку та звітності. Проте досить часто вони не відповідають дійсному стану справ на підприємстві. Документування господарських операцій, їх подвійний запис на рахунках бухгалтерського обліку не можуть гарантувати повного відображення і реєстрації всіх процесів та явищ, пов'язаних із рухом активів і зобов'язань. Відбувається це під впливом цілої низки як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників організації облікового процесу на підприємстві. Виявлення і конкретизація причин виникнення розбіжностей між даними поточного та зведеного обліку і дійсністю є важливою передумовою їх подальшого усунення.

Інвентаризація дозволяє з'ясувати розходження між даними бухгалтерського обліку та реальною наявністю, станом і оцінкою активів, власного капіталу та зобов'язань підприємства, перевірити повноту документального оформлення і відображення в обліку господарських операцій, підтвердити достовірність показників фінансової звітності підприємства. Результати інвентаризації є основою для подальшого виправлення, уточнення та коригування облікових даних. Крім того, інвентаризація є дієвою формою контролю за роботою матеріально відповідальних осіб, ефективним засобом підвищення внутрішньої дисципліни на підприємстві.

В економічній літературі найчастіше зустрічається теоретичне обґрунтування інвентаризації як одного із методів бухгалтерського обліку. Поряд з цим досить часто недостатньо розглядаються її контрольні функції. Проте неможливо не відмітити важливу роль інвентаризації в контролі за збереженням майна підприємства, повнотою відображення в обліку зобов'язань, дотриманням положень про матеріальну відповідальність, станом і

оцінкою господарських засобів та їх джерел для забезпечення достовірності даних обліку та звітності.

Так до об'єктів, що підлягають інвентаризації відносять й такі, що не мають матеріальної форми: дебіторську заборгованість, нематеріальні активи (частково), резерв сумнівних боргів, витрати майбутніх періодів, зобов'язання, забезпечення майбутніх витрат і платежів, доходи майбутніх періодів тощо. Проведення інвентаризації за такими об'єктами практично виключає застосування органолептичних прийомів і зводиться до перевірки документації.

Крім цього існують об'єкти обліку, інвентаризація яких передбачає обов'язкове застосування органолептичних і документальних способів перевірки одночасно. В якості прикладу тут можна навести основні засоби, оскільки при їх інвентаризації проводиться як перевірка документів (технічних паспортів, інвентарних карток, інвентарних списків основних засобів та інших), так і перевірка в натурі їх наявності, технічного стану, умов використання тощо.

Загалом інвентаризації притаманні риси як поточного і наступного, так і попереднього видів контролю. В цьому полягає її особливість як методу економічного контролю.

Під об'єктами інвентаризації як методу бухгалтерського обліку і економічного контролю варто розуміти активи, власний капітал і зобов'язання, відображені на рахунках балансового та позабалансового обліку підприємства.

Виходячи із аналізу законодавчо-нормативних актів, які регулюють порядок проведення інвентаризаційного процесу, спеціальної економічної літератури з даного питання та з врахуванням сучасних вимог розвитку економіки та реформування бухгалтерського обліку в Україні варто виділити такі основні завдання інвентаризації: перевірка фактичної наявності та стану активів і зобов'язань підприємства; перевірка реальної вартості та оцінки зарахованих на баланс активів, власного капіталу та зобов'язань підприємства у відповідності до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку; перевірка правильності визнання активів взагалі та активів певної категорії зокрема (необоротних активів, запасів, дебіторської заборгованості тощо); виявлення інвентаризаційних різниць та визначення розміру природного убутку; встановлення причин виникнення інвентаризаційних різниць та винних у цьому осіб; контроль за роботою матеріально відповідальних осіб та перевірка діючих положень про матеріальну відповідальність; попередження випадків крадіжок та зловживань на підприємстві; виявлення матеріальних цінностей, які частково втратили свою первісну якість, а також активів, що не використовуються; перевірка дотримання умов та порядку збереження матеріальних та грошових цінностей, а також правил утримання та експлуатації основних засобів; уточнення складу і вартості пайових фондів майна членів колективних сільськогосподарських підприємств (в тому числі реорганізованих), їх активів та зобов'язань.

Таким чином, на основі вивчення змісту поняття інвентаризації, її мети, завдань, об'єктів, під інвентаризацією слід розуміти метод бухгалтерського обліку і економічного контролю, за допомогою якого здійснюється перевірка та документальне підтвердження наявності, стану і оцінки активів, власного капіталу і зобов'язань підприємства для забезпечення достовірності даних обліку та звітності, контролю за збереженням майна.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

**І.С. СОПІЛЬНЯК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор МУДРАК Р. П.**

Одним із найважливіших завдань національної аграрної політики є формування конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва. Дослідженню проблеми

конкурентоспроможності присвячено багато праць закордонних і вітчизняних вчених. Найбільш відомими є роботи: А. Сміта, Д. Рікардо, Г. Азоева, І. Ансоффа, С. Брю, Дж. Кейнса, К. Макконелла, А. Маршалла, Дж. Мілля, А. Пезенті, М. Портера, Дж. Робінсона, А. Томпсона, М. Трейсі, Р. Фатхутдінова, Ф. Хайска, Й. Шумпетера, Д. Юданова, М. Малікка, Ю. Губені, С. Дем'яненко, Г. Паламарчука, В. Андрійчука, В. Юрчишина та ін.

Україна перебуває на етапі становлення ринкової економіки, і вивчення проблеми конкурентоспроможності теж перебуває у початковому стані.

Економічні перетворення в аграрній сфері України спрямовані на забезпечення умов конкурентного середовища для суб'єктів ринкових відносин та створення господарського механізму у відповідності з принципами децентралізованої системи.

У цілому можна визначити, що конкуренція є важливим елементом ринкового механізму. Конкуренція є визначальною рушійною силою підприємства. У загальному вигляді конкурентоспроможність – властивість товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там аналогічними товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин.

Конкурентоспроможність характеризують показники собівартості, рентабельності продукції, урожайності, дохідності виробництва, продуктивності праці. До них окремі автори додають ще прибутковість, продуктивність, оборотність, ділову активність і ліквідність. Деякі науковці конкурентоспроможність підприємства вбачають у відносній характеристиці, яка відображає ступінь відмінності розвитку певної організації від конкурентів за ступенем задоволення своїми товарами потреб споживачів, а також можливості і динаміці пристосування організації до умов ринкової конкуренції.

Поняття конкурентоспроможності аграрних підприємств дуже складне і трактується неоднозначно. Досить повно та системно розкриває поняття конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в своєму визначенні М. Малік. На його думку – це здатність суб'єктів економічної діяльності аграрної сфери пристосовуватись до нових умов господарювання використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках сільськогосподарської продукції та послуг, максимально ефективно використовувати земельні ресурси, якомога повніше задовольняти потреби покупця шляхом аналізу структури ринку і гнучко реагувати на зміну його кон'юнктури.

Проте забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств не обмежується використанням тільки земельних ресурсів. Специфіка сільськогосподарського виробництва полягає у значній залежності від погодних умов, природних ресурсів, тривалим циклом виробництва, та ін. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств має характерні особливості пов'язані із:

- а) специфікою сільського господарства як виду економічної діяльності;
- б) значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників;
- в) значною кількістю та різноманітністю виробників (підприємств).

У загальному вигляді конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства може бути визначена як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни і за її межами.

Також слід звернути увагу на фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. В економічній літературі існує різна класифікація факторів конкурентоспроможності в залежності від ознак їх розподілу. В цілому фактори конкурентоспроможності підприємств можна поділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні – це економічні фактори навколишнього середовища, які виявляються у сферах виробництва, обігу і споживання. Внутрішні – фактори самого підприємства, що впливають на ринок. Однак, враховуючи специфіку аграрної сфери, різні сільськогосподарські підприємства, мають різний стратегічний потенціал, реалізують різні стратегії і можуть функціонувати в середовищі різної міри складності. При цьому одні і ті ж фактори для різних підприємств можуть бути як керованими (тобто підприємство здатне впливати на них), так і некерованими або такими, що враховуються (підприємство пристосовується до їх зміни). Тому в середовищі функціонування аграрних підприємств

доцільно виділяти не зовнішні і внутрішні фактори конкурентоспроможності, а ті, що створюються (керовані) і ті, що враховуються (некеровані).

Виділяють три групи факторів, що забезпечують конкурентну перевагу:

відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців;

витрати фірми нижчі ніж витрати конкурентів за рахунок високої продуктивності;

інноваційність як особливий навик чи технологія, які створюють унікальну цінність для споживачів.

Отже, конкурентоспроможність аграрних підприємств є складним і багатоплановим поняттям, яке необхідно розглядати як з технічних, так і з економічних позицій. Фактори, що забезпечують конкурентну перевагу аграрних підприємств дають можливість ефективно використовувати стратегічний потенціал, а також здатність швидко реагувати на зміни потреб споживачів, здатність до адекватних дій на нововведення конкурентів. Цього можна досягти лише шляхом створення механізму стратегічного управління конкурентоспроможністю.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕСУРСНОГО ОПОДАТКУВАННЯ

**Д.В. СОРОКА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

Українська економіка є не надто конкурентоспроможною в світі, адже її головні галузі занадто енерго- та ресурсоемні. Одними із найбільш деструктивних елементів на шляху її якісних змін є неефективне ресурсне оподаткування. Ця теза підтверджується аналізом надходжень від ресурсних платежів регіональних сусідів України.

Україна значно відстає в розвитку ресурсного оподаткування від своїх регіональних сусідів. Так за 5 річний період їхня частка в структурі акумульованих податків зросла лише на 1% досягнувши позначки 3,7%. Показники майже в 2 рази менші від бідної на природні копалини Латвії, яка за це й же період збільшила їхню частку в податкових надходженнях на 2,51%.

Загалом ситуація складна, але її можна покращити здійснивши наступні заходи в ресурсному оподаткуванні:

- впровадити платежі за монополізацію природних ресурсів;
- в повному обсязі акумулювати ресурсні платежі до місцевих бюджетів;
- забезпечити цільове використання сум мобілізованих платежів;
- запровадити штрафи за нецільове використання природних ресурсів;
- стимулювати використання ресурсозберігаючих технологій;
- розширити перелік оподатковуваних природних ресурсів;
- підвищити ставки по деяким видам ресурсних податків;
- спростити процедуру оформлення дозволу на природокористування;
- розширити перелік корисних копалин за видобуток і реалізацію яких справляється рентна плата.

Стосовно питання наповнюваності бюджету від ресурсних платежів то пріоритетними напрямками з цього питання є звичайно розширення бази оподаткування та ставок податків. Незважаючи на всю банальність даної пропозиції, в зв'язку з тим що внаслідок прийняття ПКУ ставки було вже піднято, її перспективи залишаються значними. Так шляхом порівняння ставок оподаткування різноманітних природних ресурсів в Україні, Латвії та Росії можна стверджувати, що навіть з урахуванням попереднього підвищення, а в деяких випадках і більше цього нижчими порівняно з досліджуваними країнами.

Також відсутнє оподаткування деяких природних ресурсів, а також матеріалів, які шкодять навколишньому середовищу. Враховуючи велику поширеність перелічених пакувальних матеріалів у сучасному житті запровадження податку на них могло б забезпечити додаткові доходи бюджету, які б спрямовувались на боротьбу із забрудненням

ними навколишнього середовища. Такий податок набирає все більшої популярності серед світової спільноти, зокрема він діє в багатьох країнах Європи, Північної Америки, Азії.

Слід зазначити, що в Україні діє Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції «Про затвердження Порядку збирання, сортування, транспортування, переробки та утилізації використаної тари (упаковки)» №224 від 02.10.2001 року, який безпосередньо регулює це питання. Згідно нього всі підприємства-виробники чи імпортери, які в процесі своєї діяльності використовують для пакування і транспортування продукції різноманітну тару і упаковку зобов'язанні самостійно приймати і утилізувати використані пакувальні матеріали або шляхом укладення договорів з ДК «Укрекокомресурси» чи іншими спеціалізованими підприємствами.

Частково виправити дану ситуацію покликаний Законопроект «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо введення збору з виробників та імпортерів упаковки та товарів в упаковці на розвиток перероблення твердих побутових відходів», який передбачає стягнення плати із безпосередньо виробників чи імпортерів упаковки і покликаний забезпечити Україну сучасними сміттєпереробними комплексами та покращити екологічну ситуацію країни.

Але якщо запровадження в Україні податку на пакувальні може здатися доволі радикальним кроком враховуючи і так немалу кількість існуючих, то перегляд діючих ставок ресурсного оподаткування є просто необхідним. Особливо актуальним це питання є для ставок оподаткування видобування корисних копалин, які мають значний резерв для зростання.

Україна має значні, хоч і менші за переліком і кількісно ніж Росія, поклади корисних копалин, але використовує їх в неменших масштабах. При цьому, як показують ставки оподаткування в Україні навіть не відповідають російським, не кажучи вже про показники розвинутих країн. Особливо слід звернути увагу на потенціал підняття ставок при видобуванні вугілля всіх видів, руд кольорових та чорних металів, які використовуються в нашій економіці для виробництва в більшості випадків ресурсоемкої продукції.

Так, у щорічному Посланні Президента України до ВРУ «Модернізація України – наш стратегічний вибір» в 2011 році зазначено, що потенціал ресурсних і екологічних податків використовується не повною мірою. Тому, з метою забезпечити еквівалентну плату за масштабну експлуатацію її надр, було запропоновано доповнити перелік ресурсів з яких справляється рентна плата – залізною сировиною, марганцевою та урановою рудою, жирними сортами коксівного вугілля, рудами кольорових металів.

Висновки. Отже, здійснивши вище перелічені заходи можна отримати додаткові надходження в бюджет та значно покращити екологічну ситуацію в країні, яка безпосередньо впливає на тривалість нашого з вами життя. Крім того використовуючи досвід еколога – трудової реформи ЄС частину коштів можна спрямувати на зниження ставок ЄСВ чи ПДФО, що допоможе економіці активніше розвиватись та помягшити негативні наслідки збільшення ставок ресурсного оподаткування.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

**Я.С. СОРОКІНА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЧЕРНЕГА І.І.**

В сучасних умовах дедалі більшого значення набуває проблема забезпечення сільськогосподарських підприємств трудовими ресурсами та підвищення ефективності їх використання. У зв'язку з нижчим рівнем оплати праці в сільському господарстві, порівняно з іншими галузями економіки, погіршенням соціальної і виробничої інфраструктури села відбувається значне вивільнення працюючих із сільськогосподарського виробництва. Тому за даної ситуації необхідно забезпечити працівників належними умовами праці, запровадити

дієвий механізм мотивації ефективної праці в аграрній сфері та перегляд існуючої оплати праці, оновлювати та ефективно використовувати матеріально-технічну базу.

Велике значення має формування і ефективне використання трудових ресурсів, їх мотивація і контроль, застосування новітніх методів покращення показників продуктивності праці. Загальний спад виробництва, що спостерігається у багатьох галузях практично по всій Україні, став причиною того, що кількість вакансій в виробничій сфері скорочується, а кількість безробітних з кожним днем збільшується, значна частина населення виїжджає за кордон. Зміни в економіці, погіршення екологічної ситуації призвели до негативних змін структури, кількості трудових ресурсів, погіршили демографічну ситуацію.

Ефективність господарської діяльності досягається за умови поєднання засобів виробництва із робочою силою у суворо визначених кількісних та якісних пропорціях. Неповне використання того чи іншого виду ресурсів зменшує загальну кількість продукції, що виробляється. В найбільшій мірі це стосується трудових ресурсів. Неефективне використання трудових ресурсів значно знижує рівень кваліфікації і працездатності працівників, продуктивність праці, збільшує матеріальне та моральне старіння основних фондів, підвищує матеріалоємність продукції, призводить до значного підвищення собівартості продукції та зниження ефективності виробництва.

Ефективність виробництва на підприємстві тісно пов'язана з проблемою економії всіх видів ресурсів, бо вони є обмеженими. Раціональне використання трудових ресурсів є важливим резервом підвищення ефективності виробництва, збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення продуктивності праці.

Рівень ефективності та раціональності використання трудових ресурсів в аграрному секторі характеризується системою показників, серед яких найважливішими є показники трудової активності, сезонності та продуктивності праці.

Для визначення продуктивності праці в сільському господарстві застосовують систему економічних показників. Це зумовлено особливостями даної галузі і, насамперед, незбігом робочого періоду з періодом виробництва. У багатьох галузях аграрних підприємств продукцію одержують лише раз на рік, а працю витрачають цілорічно. Тому, застосовуючи систему показників продуктивності праці, можна, не очікуючи кінцевих результатів контролювати процес сільськогосподарського виробництва.

Рівень продуктивності праці в сільському господарстві визначається співвідношенням обсягу виробленої продукції і затрат живої праці. Іншими словами він характеризує кількість продукції виробленої за одиницю робочого часу (годину, день, рік) [1].

Продуктивність праці в сільському господарстві характеризується системою прямих і непрямих показників.

Прямі показники визначаються кількістю продукції, що виробляється за одиницю робочого часу. Вони безпосередньо характеризують її рівень в окремих галузях, сільськогосподарських підприємствах або в сільському господарстві в цілому. До прямих показників продуктивності праці належать:

- 1) виробництво окремих видів сільськогосподарської продукції (зерна, молока, приросту живої маси тварин, яєць тощо) в натуральному виразі з розрахунку на 1 люд. – год;
- 2) прямі затрати праці (люд. – год) на виробництво 1 ц продукції (характеризують трудомісткість продукції);
- 3) вартість валової продукції рослинництва, тваринництва або сільського господарства в цілому з розрахунку на 1 люд. – год;
- 4) вартість валової продукції сільського господарства з розрахунку на одного середньорічного працівника.

Продуктивність праці протягом року розраховують і аналізують системою непрямих показників, які визначають із співвідношення обсягу виконаних робіт і затрат робочого часу. До них відносять:

- 1) затрати праці на 1 га посіву сільськогосподарських культур (люд. – год);
- 2) затрати праці на 1 голову окремих видів худоби (люд. – год);
- 3) навантаження посівних площ з розрахунку на одного середньорічного працівника;

4) навантаження поголів'я худоби і птиці на одного середньорічного працівника відповідної галузі тваринництва [2].

Непрямі показники продуктивності праці характеризують обсяг виконаних робіт з розрахунку на одиницю робочого часу. Вони лише приблизно оцінюють рівень продуктивності праці, проте дають змогу своєчасно протягом усього періоду виробництва сільськогосподарської продукції визначати його динаміку. Звідси їх значення для контролю і аналізу змін у затратах праці в процесі виконання різних сільськогосподарських робіт. Непрямі показники дають можливість робити висновки про рівень продуктивності праці в період до одержання продукції, після чого можна визначати основні показники продуктивності праці. Отже, значення додаткових показників полягає в тому, що вони дозволяють вишукувати та використовувати резерви підвищення ефективності праці безпосередньо під час виконання сільськогосподарських робіт, чим сприяють підвищенню продуктивності сільськогосподарської праці.

З метою визначення продуктивності праці по підприємству з урахуванням усіх видів сільськогосподарської продукції, що ним виробляється, розраховують вартісні показники — погодинну, денну і річну продуктивність праці — відношенням вартості валової продукції в порівнянних цінах відповідно до відпрацьованих годин, людино-днів і середньорічної кількості працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві.

Одним із основних факторів, що впливає на продуктивність праці, є використання робочого часу. Зменшення втрат робочого часу і нераціональних його витрат веде до зростання продуктивності праці, кращого використання трудових ресурсів без додаткових заходів і витрат. Використання робочого часу аналізується за допомогою середньої кількості днів, відпрацьованих одним робітником за звітний період і середньої тривалості робочого дня. Скорочення затрат робочого часу на виробництво одиниці продукції безпосередньо впливає на величину середнього денного виробітку працівників.

Отже, діяльність аграрних підприємств значною мірою залежить від наявності та ефективності використання трудових ресурсів. Основними напрямками забезпечення зростання продуктивності праці в сільському господарстві можуть бути: підвищення врожайності сільськогосподарських культур і продуктивності худоби та птиці; збільшення кількості поголів'я на 100 га відповідних земельних угідь; вдосконалення структури посівної площі та структури стада; спеціалізація і концентрація виробництва; впровадження досягнень науки та передової практики; матеріальне і моральне стимулювання праці; забезпеченість підприємств необхідними об'єктами виробничої і соціальної інфраструктури та інші.

На нашу думку, слід приділити більше уваги преміюванню праці, так як воно має значний вплив на зацікавленість працівників у сільськогосподарських підприємствах Уманського району Черкаської області у результатах своєї роботи. Тому, ми пропонуємо застосовувати наступні види преміювання в господарстві: за збереження і ефективне використання техніки та подовження строків її служби, економію енергоресурсів та інших прямих витрат, досягнення високих врожаїв.

Список використаних джерел:

1. Личук Л.І. Трудові ресурси сільських територій та особливості їх використання у суспільному виробництві / Л.І. Личук // Інноваційна економіка. – 2011. – №10. – С. 38-40.
2. Мойса М.Я. Організаційно-економічні чинники підвищення ефективності аграрних підприємств / М.Я. Мойса, Є.В. Голубков // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С.86-93.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ПРИ РІЗНИХ СПОСОБАХ УТРИМАННЯ КОРІВ І ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ У ПІДПРИЄМСТВАХ ТРОСТЯНЕЦЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Д.М. СПЛАВСЬКА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор СЕМЕНДА Д.К.

Молоко є незамінною складовою збалансованого харчування людини, а його виробництво – однією з основних галузей сільського господарства України. В останні роки відбувається тенденція до різкого скорочення поголів'я ВРХ та й взагалі галузі тваринництва. Згідно статистичних даних в 2011 році індекс виробництва тваринницької продукції становив 102,5%, у тому числі в сільськогосподарських підприємствах – 106,2%, у господарствах населення – 99,53%. Враховуючи всі негаразди в країні, все ж таки будуються нові молочні ферми. За 2011 рік в Україні побудовано 20 молочних комплексів на 20000 корів. Від звичайних ферм радянського зразка такі тваринницькі комплекси відрізняються наявністю сучасного обладнання та новітніми технологіями виробництва молока [3, с.48].

Динаміка поголів'я та продуктивності корів у підприємствах Тростянецького району Вінницької області має різні тенденції (рис. 1).

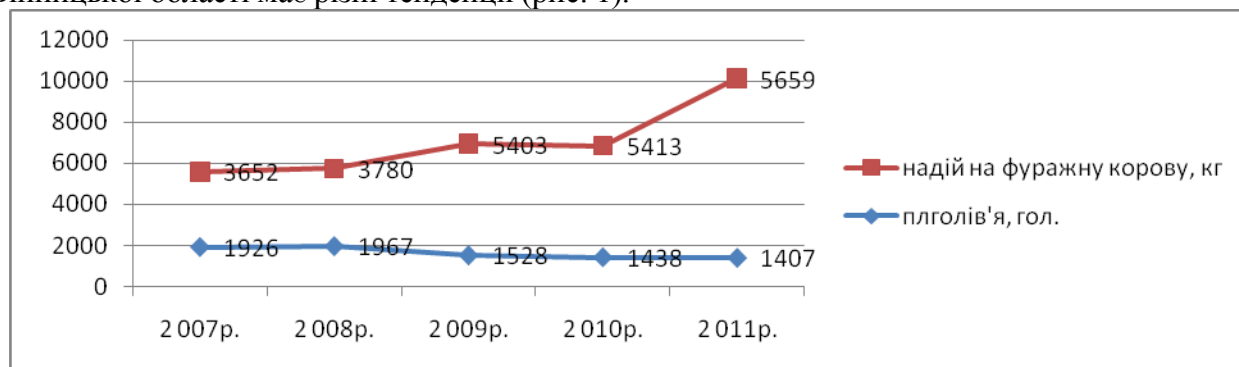


Рис. 1. Динаміка поголів'я та продуктивності корів у підприємствах Тростянецького району Вінницької області

Проаналізувавши дані рис. 1 можна побачити, що у Тростянецькому районі спостерігається скорочення поголів'я корів. Так 2011 році у господарствах району налічується 1407 корів, що на 519 голів менше, ніж було у 2007 році. Причиною поступового зменшення поголів'я корів стали: збитковість галузі, відсутність дотацій на її розвиток, монополізація ринку молока та встановлення низьких закупівельних цін на молоко.

Проте, продуктивність з кожним роком збільшується. У 2011 році надій на фуражну корову становить 5659 кг, що на 2007 кг більше ніж було у 2007 році. Даний ріст продуктивності міг бути викликаний більш кращим рівнем годівлі, застосуванням нових порід корів та їх належним утриманням.

Продуктивність корів сьогодні багато в тому залежить від системи їх утримання: прив'язної або безприв'язної. Нині дедалі більше молочних господарств схиляється до безприв'язного утримання в корівниках. При цьому пропонується використання таких доїльних установок типу «тандем», «ялинка», «паралель», «карусель». Зорієнтувавшись на відповідність обраного обладнання вимогам певної системи утримання тварин, можна забезпечити високу продуктивність стада [1, с.108].

Безприв'язне утримання корів із доїнням їх у залах дає змогу зменшити затрати праці до 1,5-2,0 люд. год. на 1 ц молока, зменшує рівень захворювань корів на мастит до 2-3%, дає можливість отримувати молоко найвищого гатунку, вести племінну роботу на належному рівні, створює комфортні умови праці оператору машинного доїння. Основною перевагою цієї технології є те, що вона дає змогу автоматизувати процеси доїння, згодовування концентратів, зоотехнічного та ветеринарного обслуговування тварин [2, с.138].

Розглянемо економічну ефективність виробництва молока при різних способах утримання корів на прикладі ДПДГ «Олександрівське» та АКПП «Перемога» Тростянецького району, Вінницької області за 2009-2011рр. При цьому зазначимо, що перше використовує безприв'язну, а друге прив'язну систему утримання корів (табл. 1).

1. Економічна ефективність виробництва молока при різних способах утримання корів в ДПДГ «Олександрівське» та АКПП «Перемога» Тростянецького району Вінницької області

Показник	ДПДГ «Олександрівське» (безприв'язне утримання)			АКПП «Перемога» (прив'язне утримання)		
	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Середньорічне поголів'я корів, гол	405	405	420	210	120	118
Валовий надій молока, ц	27168	28788	31480	6571	5336	4570
Надій молока на 1 середньорічну корову, кг	6708	7108	7495	3129	4446	3873
Витрати кормів на 1ц молока, ц. к. од.	1,1	1,01	1,05	1,6	1,7	1,8
Повна собівартість 1ц молока, грн.	190,1	152,9	175,8	175,5	207,6	289,7
Фактична ціна реалізації 1ц молока, грн.	230,06	263,3	310,89	192,44	279,59	316,6
Загальний прибуток, тис. грн.	889	3231	4200	98	348,3	109,6
Прибуток на 1ц молока, грн.	39,9	110,4	133,4	14,9	65,2	23,9
Прибуток на 1 середньорічну корову, грн.	2195,0	7977,7	10000	466,6	2902,5	928,8
Рівень товарності, %	81,9	101,6	101,2	113,0	110,1	112,2
Рівень рентабельності, %	20,9	72,2	76,7	9,6	34,6	9,2

Проаналізувавши та порівнявши дані видно, що економічна ефективність ДПДГ «Олександрівське», що застосовує систему безприв'язного утримання корів, значно перевищує показники ефективності АКПП «Перемога», що застосовує прив'язну систему. Неможна не зазначити, що підприємства значно різняться і по кількості середньорічного поголів'я, адже станом на 2011 рік у першому підприємстві поголів'я майже в двічі більше, як у другому. Та найсуттєвіша перевага ДПДГ «Олександрівське» над АКПП «Перемога» виражається у валовому виробництві та надоях молока на 1 середньорічну корову. Порівнявши надій молока на 1 середньорічну корову в ДПДГ «Олександрівське» за три роки ми бачимо, що у 2009 році надій становив 6708 кг, коли у АКПП «Перемога» цей показник становив лише 3129 кг, що майже у двічі менше. У 2011 році надій молока на 1 середньорічну корову у ДПДГ «Олександрівське» збільшився до 7495 кг, в свою чергу в АКПП «Перемога» лише до 3873 кг. Про таку вагомую різницю у надоях свідчить недосконале застосування системи утримання корів та неефективну годівлю худоби на підприємстві.

Собівартість 1 ц молока в ДПДГ «Олександрівське» за даними 2011 року зменшилась порівняно з 2009 роком на 14,3 грн тому, що зросла продуктивність корів. В той же час у АКПП «Перемога» за досліджуваний період показник собівартості навпаки зріс на 114,2 грн., що спричинено перевитратами кормів та їх незбалансованістю.

Виробництво молока є прибутковим протягом всіх трьох років в обох підприємствах, але величина цих прибутків також значно відрізняється. Що і тягне до такої ж зміни показник рентабельності підприємств. У 2009 році рівень рентабельності молока в ДПДГ «Олександрівське» становив 20,9%, коли в АКПП «Перемога» лише 9,6%, і в 2011 році у першому підприємстві показник досяг аж 76,7%, а в другому – 9,2%, що ще раз доводить нам про неправильний вибір АКПП «Перемога» системи утримання корів, їх годівлі та поліпшення племінної роботи.

Отже, проаналізувавши показники розвитку та ефективності виробництва молока на

підприємстві, можна зробити **висновок**, що молочна галузь в даному випадку розвивається стрімко хоча і має певні недоліки та перешкоди. Підприємства мають досить високу продуктивність корів, яка зростає з кожним наступним роком та забезпечує господарства, відповідно, високими прибутками. Проте підприємства досить різняться між собою за показниками ефективності, і це говорить про те, що АКПП «Перемога» потрібно задуматись про ефективнішу систему утримання корів, з метою отримання кращих економічних показників та продуктивності.

Список використаних джерел:

1. Панічев Р. Доїльне різноманіття// Пропозиція. – 2012. – № 1. – С. 108-111.
2. Панічев Р. Потужними фермами-потужне доїння//Пропозиція. – 2012. – №4. – С.138-141.
3. Маслак О. Тваринництву необхідна державна підтримка//Пропозиція. – 2011. – №11. – С.48-51.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ САДІВНИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**А.Г. СТАСЮК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ТКАЧУК С.П.**

Україна загалом відзначається сприятливими природними умовами для успішного вирощування усіх плодових і ягідних культур помірного клімату. Більше того, ґрунти і клімат ряду районів є винятково сприятливими для теплолюбивих плодових культур та їх сортів, винограду, ареал вирощування яких є надто обмеженим у сусідніх країнах. Це стосується передусім десертних зимових та осінніх сортів яблук і груш, черешень, абрикоса, персиків, сливи, волоського горіха та високоцінних сортів винограду.

Але сучасний рівень виробництва плодів і ягід в Україні дуже низький у порівнянні із країнами розвинутого садівництва, не дивлячись на досить сприятливі умови для його розвитку. Виробництво плодів і ягід на одну людину за рік не перевищує 40-50 кг, а споживання — 35–37 кг, що становить 43–45% норми, тоді як у США, Італії, Німеччині, Нідерландах — 100–140 кг.

Окремі питання економічної ефективності виробництва та промислової переробки плодів і ягід, а також взаємовідносин між цими підрозділами та, зокрема, сферою реалізації в умовах ринкової трансформації галузі досліджували економісти – аграрники П.Т. Болтянська, О.О. Гуртова, О.Ю. Єрмаков, Л.Ф.Пилипчинець, В.Чорнодон, О.М. Шестопад, А.І. Шумейко, П.Ф. Дуброва, В.В. Юрчишин, І.І. Лукінов, М.М. Артеменко. Проте додаткової уваги потребує вивчення основних тенденції розвитку та сучасних стану садівництва в регіоні.

Суть економічної ефективності будь-якого матеріального виробництва полягає у зіставленні ефекту з витратами коштів і праці на його одержання. Серед показників економічної ефективності виробництва продукції садівництва виділяємо, як основні: рівень рентабельності, прибуток на 1 га саду, а також норму прибутку з врахуванням при її визначенні вартісної оцінки землі.

Вінниччина – один з найважливіших аграрних регіонів України, де виробляється 6,1% валової продукції сільського господарства держави, у тому числі продукції рослинництва – 7,0%, тваринництва – 4,6%. Так, по виробництву плодів і ягід за 2011 рік Вінниччина зайняла перше місце серед регіонів країни (2502,5 тис.ц). Господарствами області у 2011 році, порівняно з 2010 роком, нарощено виробництво плодів та ягід – на 583,9 тис.ц або 30,4% за рахунок збільшення урожайності (на 25,9 ц/га) та збірної площі (на 0,6 тис.га) [3, с.161]. Відповідно, у 2011 році в області зросло виробництво плодів та ягід на одну особу на 36 кг (31,3%) порівняно з 2010 роком і становить 151 кг/особу.

На 1 листопада 2012 року валовий збір плодів та ягід в регіоні становив 2211,8 тис.ц

(по 116,2 ц з га) або 104% від аналогічного періоду минулого року. Зросла збірна площа плодів і ягід до 19,0 тис.га (на 103,1% порівняно з 2011роком) та урожайність в 1,3 рази.

У розвитку сільськогосподарських підприємств області спостерігається позитивна динаміка до зростання обсягу реалізованої продукції та покращення фінансового результату діяльності. У вартісному виразі обсяг реалізованої продукції області за 2011р. перевищив 7 млрд.грн. проти понад 5 млрд.грн. у попередньому році. Зокрема, в 2011 році порівняно з попереднім роком обсяг реалізованої продукції в сільському господарстві зріс в 1,7 рази (у 2010р. зростання складало 27,1%, у 2009р., відповідно 23,5%), зокрема, реалізація сільгосппідприємствами плодів та ягід зросла на 21%.

Динаміка показників економічної ефективності виробництва плодів та ягід показує, що на Вінниччині, за наведений період (2010 – 2012рр.) спостерігаються позитивні зміни у виробництві плодово – ягідної продукції, збільшуються збірна площа, урожайність, реалізація та рентабельність підприємств даної галузі.

В цілому для подальшого забезпечення високоефективного виробництва плодів і ягід підприємствам Вінницької області необхідно продовжувати нарощувати обсяги виробництва, сприяти зайнятості трудових ресурсів, вдосконалювати форми організації праці та переходити на інтенсивні технології виробництва плодів і ягід, співпрацювати з науковими установами по створенню нових сортів та удосконалювати інвестиційну діяльність. Це дасть можливість забезпечити та утримувати провідні позиції ринку плодів Вінниччини не лише в Україні, а й впевнено прямувати на зовнішні ринки.

В області створюються спільні з іноземними інвесторами підприємства з переробки плодово-ягідної сировини. Таке співробітництво розглядається як надто сприйнятливим передусім тим, що створюються нові робочі місця, зокрема в сільській місцевості, де високий рівень безробіття; по-друге, збільшуються обсяги інвестицій у підкомплексі, зростає рівень використання сировинних ресурсів, покращується платіжний баланс; по-третє, впроваджуються сучасні технології, що забезпечує конкурентоспроможність продукції, а відтак збільшення її експорту; підвищується ступінь адаптації суб'єктів господарювання до ринкового середовища. До того ж зростають надходження у місцевий бюджет.

На ближчу перспективу надійним ринком збуту плодів і ягід мають стати заготівельні організації, зокрема структури споживчої кооперації. Перевагою цього ринку є те, що він майже необмежений, характеризується слабкою конкуренцією.

Важливими напрямками розвитку ринкової інфраструктури плодопродуктового підкомплексу є створення в області оптового ринку по продажу плодоовочевої продукції на базі підприємства “Вінниця плодоовочпостач”; влаштування спеціалізованих та особливих відділів з реалізації плодів, ягід і продуктів їх промислової переробки в підприємствах торгівлі; створення спеціалізованих агроторгових домів у містах Вінниця, Бар, Шаргород, Жмеринка, Іллінці, Піщанка, Тиврів, Козятин, Могилів-Подільський, Тульчин, Немирів; відродження заготівельних пунктів по закупівлі плодів і ягід в особистих підсобних господарствах населення системою споживчої кооперації; створення та поширення консалтингових фірм (дорадчих служб) для надання інформації товаровиробникам садівницької продукції про місткість, сегменти і ніші ринків її реалізації; в усіх великих великих садівницьких господарствах створити служби маркетингу або ж такі структури створювати на кооперативних засадах; розвиток фірмової торгівлі сільськогосподарськими і переробними підприємствами; створення збутових кооперативів.

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА. СУТЬ, ФОРМИ, ТА ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ

**Л.В. СТИРАНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ТКАЧУК С.П.**

Прибуток підприємства в загальному розумінні являє собою частину вартості прибуткового продукту, створеного працею, і є складовою частиною доходу підприємства. Всі підприємства здають замовнику готові об'єкти або реалізують продукцію,

відшкодовують витрати на виробництво, купують основні виробничі фонди і нормовані обігові засоби, та для нормальної діяльності вони мають отримувати, крім того, ще й певний прибуток.

Таким чином, прибуток — це частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства.

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. Він слугує джерелом сплати податків.

На думку багатьох економістів доцільно розрізнити два види прибутку бухгалтерський і економічний. Кожний з них має свою сутність і призначення. Бухгалтерський прибуток показує збільшення капіталу незалежно від джерел його утворення. У свою чергу економічний прибуток повинен показувати ту його частину, яка створена в результаті виробничої діяльності суб'єкта господарювання власними силами.

Ідея двох трактувань прибутку (бухгалтерського та економічного) в обліковій практиці була заперечена Маттесічем, який намагався їх синтезувати, але яка одержала розвиток завдяки Д. Соломону. Він виходив з того, що концепція прибутку застосовується для:

- 1) нарахування податків;
- 2) захисту кредиторів.

Крім бухгалтерського та економічного прибутку є наступні категорії прибутку сільськогосподарських підприємств. Залежно від виду господарської діяльності, завдяки якій отримано прибуток, виділяють:

1. Прибуток від звичайної діяльності, який визначається як сума прибутку від операційної діяльності (основної) діяльності, доходів від участі в капіталі, фінансових та інших доходів за мінусом витрат від участі в капіталі, фінансових та інших витрат.

В свою чергу він поділяється на:

- прибуток від операційної діяльності (реалізації продукції, товарів, робіт, послуг);
- прибуток від фінансової діяльності;
- прибуток від іншої звичайної діяльності.

2. Прибуток від надзвичайних подій, результат якого визначається у вигляді різниці між доходами, що поступили для відшкодування понесених від стихійного лиха втрат, та збитками, спричиненими цими подіями.

Залежно від порядку його визначення розрізняють:

- балансовий прибуток, який характеризує кінцевий результат проведення всіх видів діяльності та є сумою отриманих прибутків;
- оподаткований прибуток, обсяг якого визначається як різниця між валовими доходами та валовими витратами підприємства – платника податку на прибуток, зменшений на суму амортизаційних відрахувань;
- чистий прибуток, який характеризує обсяг прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток та інших податків, обов'язкових платежів та зборів, що сплачуються за рахунок прибутку.

Залежно від методики оцінки визначають номінальний та реальний прибуток. Номінальний прибуток характеризує фактично одержану величину прибутку. Реальний прибуток – це номінальний прибуток, перерахований з огляду на інфляцію. Він характеризує реальну купівельну спроможність чистого доходу, отриманого підприємством.

Таким чином у ринковій системі господарювання основним завданням усіх суб'єктів економічної діяльності є отримання прибутку в максимальному розмірі при оптимальних витратах. Всі дії, спрямовані на досягнення цієї мети, є факторами зовнішнього і внутрішнього характеру. Якщо перші з них не будуть відпрацьовані, тобто не будуть трансформовані в державні економічні правила гри, то не зможуть бути використані й внутрішні фактори. Це особливо характерно в трансформаційний період, на якому знаходиться Україна.

Важливим напрямом підвищення економічної ефективності продукції рослинництва і тваринництва є впровадження комплексної механізації та автоматизації відбувається зміна

ручної праці – машинами, що сприяє підвищенню продуктивності і зниженню собівартості продукції.

У своїй господарській діяльності підприємства – використовують вітчизняну техніку, яка значною мірою поступається іноземному обладнанню. Використання іноземного обладнання сприяє швидкого результату тваринницької і рослинницької галузі, але для галузі країни не має перспектив, оскільки для того, щоб закуповувати іноземне обладнання необхідно значні кошти, яких, на жаль, не мають ні сільськогосподарські підприємства, ні держава. Таким чином, вважаємо, що головним вирішальним для національної економіки є розвиток власного виробництва високоякісного обладнання.

Без підтримки держави неможливо відтворити галузь сільського господарства і забезпечити її ефективне функціонування як високодохідне виробництво продукції, та вирішення продовольчої безпеки країни.

Для вирішення питання ефективного розвитку рослинництво і тваринництво потребує фінансової підтримки, яка в Україні значно нижча порівняно з країнами з розвиненим сільським господарством.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ПІВОБЕЗАЛКОГОЛЬНОЇ ПІДГАЛУЗІ

**В.М. СТРАЖНЮК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент МАКУШОК О.В.**

Сучасна концепція маркетингового менеджменту передбачає використання маркетингу як інтегрованої частки кожної фази виробничо-комерційної діяльності підприємства, коли всі структурні підрозділи цілеспрямовано координують, формують і оцінюють свою діяльність на засадах маркетингу. Управління усіма функціями підприємства – виробництвом, науково-дослідницькою роботою по створенню нової продукції, ціноутворенням, плануванням і фінансуваням, транспортуванням, упакуванням, технічним обслуговуванням і збутовими операціями, якістю продукції – ґрунтується на єдиному цільовому, комплексному, системному маркетинговому підході, що передбачає орієнтацію на потреби ринку та довгостроковий комерційний успіх.

Маркетинговий менеджмент в літературі розглядається як системний, програмно-цільовий механізм взаємодії інструментів маркетингу і менеджменту щодо адаптації підприємства до змін маркетингового середовища з метою максимального задоволення потреб споживачів та цілей організації при ефективному розподілі обмежених ресурсів.

Службою маркетингу на будь-якому підприємстві повинні виконуватись усі планові, оперативні і контрольні функції маркетингового менеджменту, при цьому задіюються такі принципи: цілеспрямованості (вирішення саме маркетингових проблем, орієнтація на споживачів), чіткості організаційної структури (комплексно забезпечувати єдність політики в усіх сферах діяльності підприємства, узгоджувати дії окремих підрозділів), структуризації стадій управління (об'єднання стратегічного та оперативного управління), гнучкості (швидке і оперативне реагування на зміни), стимулювання активності працівників (чітке визначення напрямів та обсягу роботи для кожного).

На практиці існує безліч організацій, які з огляду на специфіку діяльності, особливостей ринку, переконань керівництва не використовують маркетинг як домінуючу у своїй виробничій діяльності. У такому випадку маркетингова служба виконує обмежені функції – перспективне планування діяльності, рекламні компанії з просування товарів, обслуговування споживачів.

Слід зауважити, що нинішнє масове «модне» впровадження маркетингу на Україні у вигляді простого перейменування підрозділів та некваліфікованого використання не приводить до покращення результатів господарської діяльності. Крім того, причини низької ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств полягають у нестачі

професійних маркетологів, обмеженій кількості персоналу, відсутності сучасного маркетингового підходу до діяльності у керівництва, використанні розрізних елементів маркетингу замість системного підходу до організації управління, недостатньому теоретичному та методичному розробленні підґрунтя маркетингового менеджменту в Україні.

Впровадження маркетингового управління на підприємствах пивобезалкогольної підгалузі в умовах ринкової економіки вимагає невідкладних заходів, у тому числі: організаційних, що передбачають внесення відповідних змін до структури організації та методів управління підприємством; адміністративно-правових, що мають на меті юридично зафіксувати створення нового відділу; методичних, пов'язаних з використанням науково-методичних підходів до маркетингового управління підприємством.

При впровадженні нового підходу до управління виникають деякі об'єктивні та суб'єктивні перепони. Досі існує психологічна неготовність керівників та фахівців до використання маркетингу у своїй виробничій діяльності, хоча на даний час не існує іншого шляху підвищення ефективності управління виробництвом. Крім того, перехід на маркетинговий менеджмент – це не просто зміна структури, це – докорінна реорганізація діяльності усіх структурних підрозділів, стратегічну і оперативну діяльність яких координує саме маркетинговий підрозділ. Умови ринкової економіки передбачають наявність ризику та деяку невизначеність, що диктує необхідність гнучко реагувати на зміни ринкових умов. Але не менш важливим в умовах ринку є своєчасне і повне отримання маркетингової інформації стосовно товару, попиту, споживачів, конкурентів, особливо в аспекті стратегічного підходу до виробничої діяльності. В той же час найважча ситуація складається з управлінськими кадрами, які б володіли гнучким, творчим підходом до вирішення проблем прибуткового функціонування підприємством.

На сьогоднішній день на вітчизняному пивному ринку присутні близько 50 підприємств. Якщо говорити про насичення українського пивного ринку, то слід сказати, що тут присутня четвірка лідерів – ABInBev Ukraine, Carlsbeg, Оболонь, SUBMiller BVH Ukraine. При цьому дві компанії з іноземним капіталом – датський Carlsbeg та американський ABInBev – у 2010 році контролювали понад 45% вітчизняного виробництва пивних напоїв. У 2011 році ситуація дещо змінилася і 95,3% внутрішнього ринку контролювали чотири пивоварні холдинги: Sun Inbev, "Оболонь", Baltic Beverages Holding (BVH), SABMiller. З урахуванням такої ситуації поява в галузі найближчим часом нового великого гравця є досить малоімовірною. Частки малих пивоварень становить близько 6% і поступово зменшується.

Аналіз фактичних показників розвитку ринку пива за 2006-2011 рр. свідчить про переважання тенденції до скорочення обсягу його імпорту на територію України. Виняток становить лише кризовий 2008 рік, коли обсяги імпорту зросли майже вдвічі, в порівнянні з попереднім роком. Пояснення цього явища досить просте, оскільки пиво – продукт, на який існує відносно стабільний попит. Якщо подивитися на динаміку внутрішнього виробництва, то можна побачити, що саме цього року обсяги скоротились на 1,3%. А обсяги споживання даного продукту постійно зростають. Тому для задоволення потреб споживачів і була залучена така значна кількість імпортного продукту. Більше половини ринку імпортного пива в Україні належить Росії. Решта практично рівномірно поділена між Бельгією, Чехією, Великобританією, Іспанією та Німеччиною. Слід сказати, що імпортний товар досить відрізняється від вітчизняного за якісними характеристиками. Але його головною слабкою стороною є ціна. Вартість імпортованого пива коливається в межах 15 грн, тоді як український продукт коштує в середньому 6-8 грн.

Таким чином, з одного боку, стрімкий розвиток ринку пива в Україні та, з іншого боку, проблеми пивоварної підгалузі зумовлюють пошук нових маркетингових підходів для забезпечення ефективної роботи підприємств. Нові умови господарювання підприємств, які характеризуються динамічними трансформаційними процесами, вимагають від управлінців проведення такої маркетингової діяльності, яка б була гнучкою та швидко реагувала на ці умови.

Тому персонал маркетингових підрозділів, який організовує та реалізовує маркетингову діяльність, повинен відповідати вимогам нестабільного зовнішнього бізнес-середовища: вміти адаптуватися, бути креативним, знаходити правильне вирішення проблем, що виникають у процесі діяльності підприємства.

Щоб зміцнити свої позиції на ринку, виробникам пива необхідно проводити більш агресивну маркетингову політику, яка включає декілька напрямів:

- виведення на ринок оригінальних сортів пива: нефільтрованого, крижаного, безалкогольного, фруктового;
- розвиток окремих сегментів ринку – пива в пляшках;
- диверсифікація в регіони. Раніше в окремих регіонах успішно позиціонувалося пиво одного місцевого виробника. Нині спостереження довели, що великі компанії постачають свою продукцію майже в усі області країни, продовжуючи відвойовувати ринок у дрібних місцевих пивзаводів;

забезпечення маркетингових відділів високоякісними фахівцями, які спроможні швидко орієнтуватися в мінливому

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НА РИНКУ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

**В.В. СТРУЦЬ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., професор МУДРАК Р.П.**

У сучасних умовах функціонування та розвитку української економіки в цілому та промисловості зокрема одним із життєво важливих факторів є знання та застосування комплексу маркетингу, це дає змогу промислому підприємству зайняти та утримати достатню частку внутрішнього та міжнародного ринку, сформувати у споживачів позитивне ставлення до себе і отримати головний результат діяльності будь-якого підприємства – високий рівень прибутку.

Ситуація на промисловому ринку, як і на споживчому за останній рік кардинально змінилися. Зокрема, під впливом світової кризи та активного розвитку Інтернету ще вчора популярні маркетингові рішення сьогодні є не зовсім ефективними, промислові підприємства постали перед необхідністю впровадження нових ринкових стратегій, методів формування товарних асортиментів та ціноутворення на промисловому ринку. Однак, вітчизняні промисловці ще не здатні повністю досягнути усі тонкощі маркетингу і усвідомити, що вони працюють не на ринку товарів і послуг, а на ринку створення і задоволення потреб. Тому в ролі пропозиції тут найчастіше виступає не конкретний промисловий товар чи послуга, а порядок їхнього продажу та після продажний супровід і обслуговування

Ринок товарів промислового призначення – сукупність осіб і організацій, що закупають товари і послуги, які використовуються при виробництві інших товарів і послуг, що продаються, що здаються в оренду або що поставляються іншим споживачам. До них відносяться такі сфери економіки: сільське господарство, рибне господарство, гірничодобувна промисловість, обробна промисловість, будівництво, транспорт, зв'язок, комунальне господарство, банківське, фінансове та страхова справа, сфера послуг.

Основні характеристики ринку товарів промислового призначення:

- на ньому менше покупців;
- ринки сконцентровані географічно;
- попит на ці товари визначається попитом на товари широкого споживання, він не еластичний;
- попит на ці товари різко змінюється (наприклад, попит на споживчі товари може привести до зростання попиту на обладнання для їх виробництва);
- покупці цих товарів – професіонали (технічні експерти по товарах).

Ринок характеризується складною структурою, яка залежить від економічного призначення, географічного положення, ступеня обмеження конкуренції, галузевої приналежності.

Для функціонування ринку необхідна наявність, різноманітних форм власності (приватної, кооперативної, акціонерної, державної), демонополізація економіки, а також розвинута інфраструктура.

Товари промислового призначення – це результати діяльності людини у вигляді сировини, матеріалів, обладнання, деталей, споруд, послуг, які купують приватні особи чи організації для подальшої переробки чи використання в господарській діяльності, перепродажу чи здавання в оренду.

Крім того, будь-яке промислове підприємство, яке бажає втриматися на ринку та досягти успіху, повинно дотримуватися головних принципів промислового маркетингу, серед яких виділяють такі:

- орієнтація на споживача та оперативне і гнучке реагування виробництва та збуту на зміну ринкової кон'юнктури;
- сегментування ринку та власне оптимальне позиціонування на ньому;
- орієнтування на довгостроковий результат, яке відображається у залученні та впровадженні інновацій як у сфері виробництва продукції, так і у сфері її збуту і післяпродажного супроводу.

Застосування сучасної концепції маркетингу на промисловому підприємстві хоч і вимагає наявності у фахівців сукупності спеціальних знань та прикладання істотних зусиль, однак суттєво зменшує ймовірність комерційного провалу та дає змогу швидко адаптуватися до мінливих умов сучасного ринку.

Для виробничих підприємств, які випускають широкий асортимент продукції та реалізують її на різних ринках, ефективним є використання товарно-ринкової структури управління маркетингом. Така структура дає змогу розробити комплексну програму виходу на ринок із охопленням різноманітних сегментів споживачів.

На ринку промислових товарів та послуг персональний продаж має вищий пріоритет над рекламою, тому при зростанні частки продукції промислового призначення у загальному обсязі продукції підприємства витрати на прямі продажі істотно зростають, а витрати на рекламу, відповідно, мають тенденцію до зниження.

Стимулювання збуту передбачає застосування різноманітних засобів впливу на потенційних покупців, посередників та персонал торговельних закладів з метою прискорення і посилення позитивної реакції ринку, яка відображається у зростанні попиту та обсягів збуту пропонованої продукції.

Таким чином, маркетинг на ринку товарів промислового призначення можна визначити, як комплекс заходів, спрямованих на задоволення потреб підприємств, організацій та установ виробничої сфери у матеріалах, сировині, обладнанні, устаткуванні, спеціальних послугах, а також на підвищення ефективності процесу виробництва та реалізації товарів промислового призначення.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ТЕХНІЧНИХ КУЛЬТУР В ТОВ «УСТЯ» БЕРШАДСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**В.І. ТАРАН, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент СОКОЛЮК С.Ю.**

Технічні культури – це велика група сільськогосподарських культур. В Україні вирощують понад 30 технічних культур. За характером використання їх поділяють на дві основні групи: прядивні та харчові. До першої належать бавовник, льон, коноплі, джут, кенаф та інші, що дають волокно для виробництва тканини. Друга включає – цукрові буряки, соняшник, сою, рижій, ріпак, рицину, гірчицю та інші, продукцію яких

використовують як сировину для харчової промисловості. Крім того, до технічних культур належать ефіроолійні (троянда, лаванда, коріандр, м'ята та ін.), лікарські (ромашка, валер'яна, наперстянка) рослини, а також хміль, тютюн, махорка та інші культури.

Ситуація, що складається на світовому ринку технічних культур, може сприяти підвищенню ефективності економіки АПК України. Враховуючи значний приріст населення в світі, а також той факт, що низка економічно розвинених країн (зокрема, країни ЄС) вже вичерпали власні агротехнічні можливості подальшого збільшення врожайності і, відповідно, обсягу виробництва технічних культур, Україна має посісти одне з чільних місць на світовому ринку із забезпечення потреб в олійно-жировій та цукровій продукції, для чого має проводити відповідну активну політику у сфері зовнішньоекономічної діяльності

До розгляду ефективності виробництва технічних культур звертаються багато науковців, серед них М.Ю. Коденська, К.В. Колузанов, А.А. Побережна, П. Саблук, В. Осадчук, В. Лазень, Д.К. Семенда та інші.

ТОВ «Устя» одне із передових господарств Бершадського району Вінницької області. Господарство має вигідне економіко-географічне положення, розташоване на півночі області поблизу річки Дожна, на території села Устя, де є автомобільне та залізничне сполучення.

Територія ТОВ «Устя» знаходиться у західній частині південно-західного степу України в помірно – континентальному кліматі. Клімат даного району характеризується відносно високою температурою влітку і порівняно низькою температурою взимку з частими відлигами, невеликою кількістю опадів.

Економічну ефективність виробництва технічних культур розглянемо в таблиці 1.

Отже, розглянувши дані таблиці, а саме ефективність виробництва технічних культур, ми бачимо, що урожайність соняшнику коливається, найбільшою вона була в 2009 і 2010 році (21,02 ц/га і 22,9 ц/га), ціна реалізації збільшується, аналогічно собівартість 1 ц.

1. Економічна ефективність виробництва технічних культур в ТОВ «Устя» Бершадського району Вінницької області

Рік	Урожайність, ц/га	Ціна реалізації 1 ц, грн	Повна собівартість 1 ц, грн	Прибуток (збиток) на 1 ц, грн	Прибуток (збиток) на 1 га, грн	Рівень рентабельності (збитковості), %
Соняшник						
2008	17,3	113,6	152,8	-39,2	-587,07	-25,7
2009	21,02	225,05	137,8	87,3	1651,01	63,4
2010	22,9	335,4	156,9	178,5	3516	113,8
2011	15,3	353,6	235,1	118,5	723,6	50,4
Соя						
2008	13,03	85,7	169,3	-83,6	-956,6	-49,4
2009	13,2	-	-	-	-	-
2010	33,9	500	246,4	253,6	465	103,0
2011	21,5	365,3	235,6	129,7	95,6	55,04
Ріпак озимий						
2008	27,4	230,4	166,9	63,5	1673,7	38,05
2009	16,8	217,6	118,5	99,1	1629,6	83,6
2010	20,0	2943,2	2117,5	825,7	1614,6	39,0
2011	17,4	430,1	278,1	152,02	1256	54,7
Цукровий буряк						
2008	297,7	20,7	8,6	12,1	2256,9	140,9
2009	-	-	-	-	-	-
2010	265,5	29,2	21,08	8,08	813,9	38,3
2011	453,3	46,1	20,8	25,3	6684	121,7

Прибуток наявний тільки в 2009, 2010, 2011 роках, а 2008 рік характеризується збитком в розмірі -39,2 грн. (на 1 ц) і -587,07 г, грн. (на 1 га). Найвищий показник рентабельності становить 113,8% в 2010, а найменший -25,7% – в 2008 р.

Соя не реалізовувалась в 2009 році, найбільший показник урожайності становить 33,9 ц/га у 2010 році, найменший – 13,03 ц/га, в 2008 році. Найкращі показники виробництва в 2010 році.

Озимий ріпак має майже однакові показники урожайності, лише 2008 рік характеризується показником 27,4 ц/га. Озимий ріпак є найприбутковішою технічною культурою, адже рівень рентабельності має високі показники, наприклад прибуток на 1 ц і на 1 га відповідно становить 825,7 і 1614,6 грн.

Цукрові буряки не вирощувалися в 2009 році. Рівень рентабельності виробництва цукрових буряків була найвищою в 2008 і 2011 році, відповідно 140,9% і 121,7%. Також потрібно відмітити, що прибуток на 1 га і 1 ц в 2011 році становив відповідно 6684,0 грн і 25,3 грн.

Отже, можемо зробити **висновок**, що виробництво технічних культур в 2009-2011 рр. є ефективним і приносить підприємству значні прибутки.

Для підвищення ефективності вирощування технічних культур необхідним є врахування товаровиробниками наступних факторів: удосконалення регіонального розміщення посівів цієї культури, виходячи з її ботанічних і біологічних особливостей, вимог до умов, технологій вирощування, підбору сортів, застосування відповідних засобів захисту; неухильне додержання вимог чергування посівів соняшнику в полях сівозміни; застосування інтенсивних технологій вирощування і збирання з метою зниження витрат на одиницю продукції, впровадження високоврожайних гібридів з високим вмістом олії; залучення необхідних для розвитку галузі коштів та матеріальних ресурсів (техніки, добрив, насіння, гербіцидів, десикантів) з метою вирішення проблем виробництва і раціонального використання урожаю.

Відродження та подальший розвиток виробництва технічних культур України потребує комплексної системи постійних і довгострокових заходів на рівні державної програми з відповідними законодавчими і регулюючими механізмами. Для розв'язання проблеми необхідно забезпечити структурні, функціональні, енергетичні, сировинні та інвестиційні зміни, що передбачають:

- формування державної політики в сфері виробництва технічних культур та оптової торгівлі, спрямованої на захист економічних інтересів держави, прав споживачів і вітчизняних товаровиробників;
- розробку і реалізацію програм організації виробництва обладнання, приладів, машин;
- удосконалення нормативно-законодавчої бази щодо формування і подальшого функціонування ринку технічних культур;
- ініціювання заходів для запобігання незаконного ввезення продукції;
- розробку спільної програми дій на ринку країн СНД з метою визначення концепції і вироблення загальної стратегії його формування.
- співробітництво з країнами, які не мають власного виробництва технічних культур. Тут співробітництво має будуватись на умовах міждержавної виробничої кооперації.

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДИ ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ

**В.І. ТАРАН, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач БЕРЖАНІР І.А.**

Фінансова діяльність підприємства пов'язана з багатьма ризиками. Вплив цих ризиків став особливо відчутним із переходом до ринкової економіки. Серед усіх ризиків діяльності суб'єктів господарювання, фінансові ризики є основними, оскільки ставлять під загрозу подальшу успішну діяльність підприємства.

У науковій літературі немає однозначності в трактуванні сутності фінансових ризиків та їх місця у системі господарської діяльності підприємства. Л.О. Коваленко і Л.М. Ремньова, досліджуючи послідовність розроблення політики управління ризиками, виділили етапи формування політики управління фінансовими ризиками. Водночас, в умовах фінансово-економічної кризи, потребує подальшого дослідження проблема вдосконалення системи управління фінансовими ризиками на підприємстві, зокрема управління ризиками, які впливають на фінансові результати його діяльності.

Вирішення проблем існування фінансових ризиків стає можливим завдяки працям провідних зарубіжних і вітчизняних вчених із базових аспектів менеджменту, економіки підприємств, фінансового аналізу, фондового ринку, банківської справи. Серед вітчизняних вчених необхідно виділити таких, як: Амоша А. І., Бланк І. А., Бритченко І. Г., Верченко П. І., Вітлінський В. В., Гальчинський А. А., Дорогунцов С. І., Клебанова Т. С., Кравченко Ю. Я., Лисенков Ю. М., Мороз А. М., Міщенко В. І., Наконечний С. І., Прокопенко Н. Д., Симоненко В. К., Червова Л. Г., Чухно А. А., Ястремський О. І. та інші.

Великий внесок зробили зарубіжні вчені: Альгін А. П., Альберт М., Балабанов І. Т., Беренс В., Бірман Г., Брігхем Є., Буренін А. Н., Вайсман А., Глущенко В. В., Гордон А., Друкер П., Ермольєв Ю. М., Котлер Ф., Кругман П., Маршал Джон Ф., Мескон М., Міркін Я. М., Моргенштейн О., Редхед К., Роуз П., Уткін Є. А., Хейне П., Шарп У. та інші.

Досліджуючи ризик, необхідно розуміти, що ризик не є випадковим результатом діяльності, а є об'єктивною реальністю всіх суб'єктів господарювання, яка вимагає постійного удосконалення умов функціонування в економічно нестабільному середовищі. Об'єктивне сприйняття ризику в соціально-економічному середовищі базується на об'єктивних категоріях конфліктності, відсутності повноти інформації і визначеності на момент планування, прогнозування й ухвалення рішення про методи управління підприємством.

Фінансові ризики для підприємства тісно пов'язані з прийняттям управлінських рішень за умов невизначеною зовнішньої бізнес-середовища. Результати управління фінансовими ризиками підприємства залежать як від розуміння вищими менеджерами компанії тих процесів, якими вони мають управляти, і знання чинників управління ризиком і моделі управління.

Для підвищення ефективності своєї діяльності сучасні підприємства змушені будувати систему управління фінансовими ризиками для підприємства, ефективну і надійну. В основі управління фінансовими ризиками лежить цілеспрямований пошук і освоєння організація роботи зі зниження ступеня ризику, мистецтво отримання й збільшення прибутку за різко мінливих і невизначених господарських ситуацій.

Кінцевою метою, на яку спрямована процедура управління фінансовими ризиками підприємства, є цільова функція підприємництва. Вона полягає в отриманні максимального прибутку за мінімальної, чи навіть, прийнятному для підприємця співвідношенні прибутків і ризику. Таке завдання на підприємстві і вирішує ризик-менеджмент, що являє собою систему управління ризиком і економічними, точніше, фінансовими відносинами, що виникають у процесі цього управління.

Оскільки підприємство практично не може впливати на зовнішні ризики, то основну увагу необхідно приділяти внутрішнім механізмам нейтралізації ризиків, до яких належать:

- диверсифікація, що є процесом розподілу інвестованих коштів між різними об'єктами вкладення капіталу, безпосередньо не пов'язаними між собою;
- лімітування – це встановлення ліміту, тобто граничних сум витрат, продажу, кредиту тощо;
- самострахування є децентралізованою формою створення натуральних і грошових страхових фондів безпосередньо на підприємствах, особливо тих, чия діяльність піддається ризику;
- хеджування дає можливість зменшити ризик за допомогою укладення відповідної угоди. Найчастіше хеджування застосовують як засіб страхування вартості товарів або прибутку, а також валютних ризиків підприємства.

Окрім зазначених вище методів, для зменшення рівня фінансових ризиків підприємство може здійснити їх страхування у страхових організаціях.

Є група фінансових ризиків, які підприємства не страхують, але часто саме ці ризики є потенційними джерелами їхнього додаткового прибутку або витрат. Втрати внаслідок реалізації ризику, що не підлягає страхуванню, відшкодовуються тільки за рахунок власних коштів підприємства.

Висновки. Щоб вижити у конкурентному ринковому середовищі, підприємствам необхідно приймати нетрадиційні та сміливі рішення. Однак, це також підвищує рівень економічного і фінансового ризику. За таких умов підприємства мають своєчасно ідентифікувати і правильно оцінювати рівень ризику, ефективно управляти ним з метою обмеження його негативного впливу та мінімізації обсягів фінансових втрат.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПОДАТКОМ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЗА СПЕЦРЕЖИМОМ ОПОДАТКУВАННЯ

**А.А. ТАБАЧНИК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ШАЙКО О.Г.**

У системі бухгалтерського обліку інформація про стан розрахунків за податком на додану вартість є надзвичайно цінною. Бухгалтерський облік є основою інформаційного забезпечення та одним із важливих інструментів збору, узагальнення й обробки інформації про розрахунки суб'єктів господарювання з бюджетом за податком на додану вартість для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Основними нормативними актами, які регламентують оподаткування сільськогосподарських товаровиробників ПДВ та його облік є: Податковий кодекс України, наказ ДПА „Про затвердження форми реєстру виданих та отриманих податкових накладних та Порядку його ведення”, Порядок заповнення податкової накладної, Порядок заповнення і подання податкової звітності з податку на додану вартість, Інструкція з бухгалтерського обліку податку на додану вартість, Порядок ведення Єдиного реєстру податкових накладних, Порядок акумулювання сільськогосподарськими підприємствами сум податку на додану вартість на спеціальних рахунках, відкритих у банках, Положення про реєстрацію платників ПДВ, Методичні рекомендації щодо складання Розрахунку частки сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік, затвержені наказом Міністерства аграрної політики.

Обрати спеціальний режим оподаткування можуть підприємства, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері сільського і лісового господарства, а також рибальства. Згідно з пунктом 209.6 статті 209 ПК сільськогосподарським вважається підприємство, основною діяльністю якого є реалізація вироблених (наданих) ним сільськогосподарських товарів (послуг) на власних або орендованих виробничих потужностях, а також на давальницьких умовах, в якого питома вага вартості сільськогосподарських товарів/послуг становить не менш як 75 відсотків вартості всіх товарів/послуг, поставлених впродовж попередніх 12 послідовних звітних податкових періодів сукупно. Загалом, дія спеціального режиму оподаткування у сфері сільського господарства, відповідно до підпункту 209.15.2 пункту 209.15 статті 209 ПК поширюється на такі види діяльності:

а) виробництво продукції рослинництва, а саме рослинних культур, а також вирощування фруктів та овочів, квітів та декоративних рослин (у відкритих або закритих ґрунтах), грибів, насіння, прянощів, саджанців та водоростей, а також їх обробка, переробка та/або консервація;

б) виробництво продукції тваринництва, а саме свійських сільськогосподарських тварин, птахівництва, кролівництва, бджільництва, а також розведення шовкопрядів, змії та інших плазунів або слимаків та інших наземних ссавців, безхребетних та комах, а також їх обробка, переробка та/або консервація;

в) надання послуг іншим сільськогосподарським підприємствам з використанням сільськогосподарської техніки, окрім надання її у фінансову оренду (лізинг).

Спеціальний режим оподаткування передбачає, що сума податку на додану вартість, нарахована сільськогосподарським підприємством на вартість реалізованої ним сільськогосподарської продукції (послуг), не підлягає сплаті до бюджету та повністю залишається у розпорядженні підприємства для відшкодування суми податку сплаченого (нарахованого) постачальникам на вартість придбаних виробничих факторів, а за наявності залишку такої різниці податку – для інших виробничих цілей.

Відповідно до змін в Інструкції з бухгалтерського обліку ПДВ, затвердженої наказом Міністерства фінансів України 01.07.1997 р. №141, які на були чинності з 10.02.2012 р., різниці спецрежимного ПДВ рекомендується відображати у такій кореспонденції рахунків (табл. 1).

1. Рекомендований порядок відображення в обліку перевищення суми податкового зобов'язання з ПДВ над сумою податкового кредиту з ПДВ, що визначається за спецрежимом оподаткування

Господарська операція	Кореспонденція рахунків	
	Дебет	Кредит
Перевищення суми податкового зобов'язання з ПДВ над сумою податкового кредиту з ПДВ, що визначається за спецрежимом оподаткування, яке залишилось у розпорядженні підприємства	641 "Розрахунки за податками", аналітичний рахунок "Розрахунки за спецрежимним ПДВ"	484 "Цільове фінансування за операціями із спеціальним режимом оподаткування"
Перерахування зазначених сум ПДВ з поточного рахунку на спеціальний рахунок	313 "Інші рахунки в банку в національній валюті"	311 "Поточні рахунки в національній валюті"
Використання цільового фінансування	484 "Цільове фінансування за операціями із спеціальним режимом оподаткування"	719 "Інші доходи від операційної діяльності"

Таким чином, сільськогосподарські підприємства, що використовують спеціальний режим оподаткування податком на додану вартість, при ведення бухгалтерського обліку повинні враховувати зміни, що внесені до Інструкції з бухгалтерського обліку ПДВ, затвердженої наказом Міністерства фінансів України 01.07.1997 р. №141, які на були чинності з 10.02.2012 р.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**О.Е. ТЕРЛЕЦЬКИЙ, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач БЕРЖАНІР І.А.**

Економічна діяльність підприємств в Україні відбувається в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів, що обумовлює необхідність раціонального використання наявних у них основних засобів. Отже, перед підприємствами стають завдання домогтися підвищення використання наявних основних засобів і насамперед їх активної частини, в часі і за потужністю, тобто мова йде про підвищення рівня інтенсивного їх використання. Для вирішення цього завдання та отримання відчутних результатів у діяльності підприємства повинні бути розроблені конкретні засади, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності.

Пріоритетне значення серед таких заходів повинно бути відведено своєчасній заміні і мобілізації морально застарілого устаткування, організації прискореного введення в експлуатацію придбаної нової техніки; удосконаленню організації матеріально-технічного забезпечення підприємств та технічного обслуговування сучасних систем і машин; запровадження прогресивних форм організації виробництва і праці; застосування сучасних ефективних систем матеріального стимулювання робітників та інженерно-технічних працівників; залучення інвестиційних ресурсів вітчизняних і зарубіжних інвесторів для модернізації матеріально-технічної бази підприємств; широке застосування лізингових операцій.

Практична реалізація окреслених заходів на підприємствах позначиться на їх економічній діяльності і сприятиме підвищенню інтенсивності виробництва. Зокрема, складаються широкі можливості для прискорення переорієнтації підприємств на випуск нової продукції, яка користується підвищеним попитом у споживачів. Поряд із тим, поліпшення інтенсивного використання основних засобів підприємства є важливою передумовою збільшення обсягів випуску продукції, яка користується попитом на ринку без додаткових капітальних вкладень, що особливо важливо в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів.

Наявність на підприємствах устаткування, яке лише частково використовується у виробничому процесі, не дає змоги протягом строку корисного його використання перенести свою вартість на продукцію, що виготовляється. У результаті матиме місце значна недоамортизація такого устаткування, що негативно впливатиме на економічні показники діяльності підприємства. Досвід діяльності багатьох підприємств показує, що позбутися надлишку устаткування можна шляхом зміни його структури, наприклад, реалізації або списання застарілих верстатів і машин, придбати нове устаткування, і за рахунок високої продуктивності якого більш повно завантажити все наявне устаткування. Вирішення проблеми повного завантаження устаткування можливе шляхом розвитку госпрозрахункового кооперування підприємств з метою ефективності використання наявних у них резервів виробничих потужностей.

Першим етапом оцінки ефективності використання механізму відтворення основних засобів аграрних підприємств є дослідження можливості використання лізингу, як одного з перспективних зовнішніх джерел фінансування інвестиційних потреб підприємств.

Для прийняття рішення про укладання лізингової угоди, крім загальної оцінки переваг та недоліків лізингу щодо порівняння з іншими варіантами забезпечення підприємства основними засобами, необхідно провести розрахунки ефективності лізингу.

Визначення ефективності лізингу передбачає проведення попереднього аналізу лізингу лізингодавцем за такими показниками оцінки:

- визначення чистого грошового відтоку, яким звичайно є ціна поставки обладнання, що надається в лізинг;
- визначення періодичних грошових потоків, які складаються з лізингових платежів з вирахуванням податку на прибуток та витрат на технічне обслуговування, які повинен здійснювати лізингодавець;
- розрахунок ліквідаційної вартості активу з відрахуванням податків по завершенню терміну лізингової угоди.

Оцінювання розміру ефекту використання лізингу або кредиту як форм фінансування відтворення основних засобів пропонується проводити за весь очікуваний термін використання об'єкту лізингу на підґрунті використання методу розрахунку чистого приведенного ефекту такого рішення.

Другим етапом оцінки ефективності використання механізму відтворення основного капіталу підприємств АПК є аналіз та оцінка використання амортизації, як одного з основних внутрішніх джерел фінансування процесів відтворення.

Економічна складова амортизаційної політики підприємства повинна формуватися згідно із загальною метою бухгалтерського обліку основних засобів – визначення дійсних темпів зменшення споживчих властивостей та вартості зношених основних засобів. Така

орієнтація забезпечується: об'єктивним урахуванням впливу процесів фізичного зносу та морального старіння основних засобів; розрахунками оптимального терміну експлуатації для кожного об'єкта основних засобів або їх відповідного парку; застосуванням оптимальних способів відтворення основних засобів, які відповідають принципам оцінки порівняльної ефективності інвестицій.

Висновки. Сформульовані положення щодо реалізації науково-обґрунтованого підходу до аналізу та оцінки функціонування механізму відтворення основних засобів на підприємствах дозволяють окреслити галузь розробки та реалізації управлінських рішень для забезпечення нормального режиму вартісного кругообігу основних засобів, формування економічної та фіскальної складової амортизаційної політики підприємства, оптимізації використання чистих грошових потоків у сфері лізингового фінансування своєчасного відновлення зношених та застарілих основних засобів.

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Ю.О. ТКАЧЕНКО, студ. V курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач БЛЕНДА Н.О.**

Собівартість продукції – це грошова форма витрат на підготовку її виробництва, виготовлення і збут. Відображаючи рівень витрат на виробництво, собівартість комплексно характеризує ступінь використання усіх ресурсів підприємства, а значить, і рівень техніки, технології та організації виробництва.

Чим краще працює підприємство, інтенсивніше використовує виробничі ресурси, успішніше удосконалює техніку, технологію і організацію виробництва, тим нижча собівартість продукції. Тому собівартість є одним з важливих показників ефективності виробництва. Собівартість продукції має тісний зв'язок із ціною. Це проявляється в тому, що собівартість слугує базою ціни товару і її нижньою межею для виробника.

В умовах ринкової економіки, коли головною метою підприємств є прагнення до одержання максимального прибутку, зниження собівартості продукції стає головним чинником на шляху його підвищення.

Собівартість продукції є не тільки найважливішою економічною категорією, але і якісним показником, на підставі якого можна судити про ефективність використання підприємством різноманітних видів ресурсів, а також про рівень організації праці на підприємстві.

З економічних і соціальних позицій значення зниження собівартості для підприємства полягає у наступному:

- у збільшенні прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, а отже, у появі можливості не тільки простого, але й розширеного відтворення;
- у появі більшої можливості для матеріального стимулювання робітників і вирішення багатьох соціальних проблем колективу підприємства;
- у поліпшенні фінансового стану підприємства і зниженні ступеню ризику банкрутства;
- у можливості зниження ціни реалізації на свою продукцію, що дозволяє значною мірою підвищити конкурентоздатність продукції і збільшити обсяг продажів.

Значний вплив на рівень витрат мають техніко-економічні фактори виробництва. Найважливішою умовою зниження собівартості є безперервний технічний прогрес. Введення нової техніки, комплексна механізація і автоматизація виробничих процесів, удосконалення технологій дозволяє значним чином знизити собівартість продукції. Важливе значення в боротьбі за зниження собівартості продукції має збереження суворого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства. Поступове впровадження на підприємствах режиму економії проявляється перш за все в зменшенні

затрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, зменшенні витрат по обслуговуванню виробництва і управління, в ліквідації втрат від браку та інших невиробничих витрат. Шляхів зниження собівартості продукції є чимало – використання менш дорогих матеріалів, вдосконалення процесу виробництва, автоматизації робочих місць та скорочення кількості працюючих, кооперація з іншими підприємствами, які можуть виготовляти ті чи інші складові за меншими цінами. Однак існує чимало проблем пов'язаних з цим. Так, зменшення витрат на придбання якісних матеріалів та заміна більш дешевими може призвести до зниження якості кінцевого продукту, а це може негативно відбитися на реалізації продукції. Зменшення кількості працівників і автоматизація виробництва вимагає на перших етапах чималі капіталовкладення.

При обґрунтуванні шляхів зниження собівартості сільськогосподарської продукції, насамперед, потрібно пам'ятати, що з підвищенням урожайності культур і продуктивності тварин знижується собівартість. Отже, фактори, що зумовлюють таке підвищення, можна розглядати як фактори зниження собівартості сільськогосподарської продукції. Серед них особливе значення мають:

- впровадження прогресивних систем землеробства, науково обґрунтованих сівозмін і передової технології виробництва;
- послідовна інтенсифікація виробництва шляхом раціональної хімізації і докорінного поліпшення землі;
- впровадження у виробництво кращих сортів сільськогосподарських культур і порід тварин, дотримання всіх вимог агротехніки і передових способів утримання тварин;
- зміцнення кормової бази тваринництва, дотримання зоотехнічних вимог при складанні раціонів щодо збалансованості протеїном, мінеральними речовинами, іншими поживними компонентами;
- удосконалення галузевої структури підприємств з орієнтацією на вимоги ринку, досягнення при цьому раціональної концентрації виробництва, що забезпечує краще використання ресурсів, більш швидке запровадження досягнень науки, техніки, передової практики.

Важливим фактором зниження собівартості продукції є підвищення продуктивності праці на основі комплексної механізації та автоматизації виробництва і раціональної побудови організаційної структури приватних підприємств, впровадження в них досконалого внутрішньогосподарського економічного механізму та ефективних орендних відносин.

Необхідно також забезпечити ефективніше використання машинно-тракторного парку, транспортних засобів, живої тягової сили. Це дасть змогу скоротити потреби в них до раціонального рівня, зменшити витрати на амортизацію та ремонти, а через це здешевити виробництво продукції.

Істотного зниження собівартості продукції можна досягти завдяки вдосконаленню системи управління виробництвом і впровадженню наукової організації праці. Ці заходи забезпечують зменшення накладних витрат, а отже, і зниження собівартості продукції. Важливу роль тут відіграють і такі соціально-економічні фактори, як підвищення кваліфікації кадрів, матеріальна зацікавленість працівників у результатах своєї праці, широке використання моральних стимулів.

Таким чином, дотримання загальних економічних принципів та законів є одним з найважливіших чинників зниження собівартості продукції, що не буде призводити до погіршення кінцевого продукту і дасть для вітчизняного товаровиробника можливість отримувати додаткових покупців та додаткові прибутки.

СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ В ДП “РОДНИКІВКА”

**В.І. ТОДОРЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач МАНЗІЙ О.П.**

Виробництво продукції рослинництва є одним із основних процесів господарської діяльності сільськогосподарського підприємства. У процесі виробництва використовують природні ресурси, сировину, паливо, трудові ресурси, основні засоби і одержують готову продукцію, яку потім реалізують. Характерною особливістю цього процесу є формування витрат на виробництво продукції рослинництва, що становлять її виробничу собівартість. До витрат виробництва відносять витрати, обумовлені технологією виробництва, що перебувають у залежності від обсягу випущеної продукції і складають її речову основу[1].

Собівартість продукції сільськогосподарського господарства складається з витрат, пов'язаних з використанням у процесі виробництва землі, сільськогосподарських машин, обладнання та інших основних фондів, трудових і матеріальних ресурсів.

Метою обчислення собівартості продукції рослинництва є своєчасне, повне і достовірне відображення фактичних витрат на її виробництво, а також контроль за використанням виробничих ресурсів.

Витрати на виробництво продукції рослинництва неоднорідні і розподіляються за економічним значенням і характером участі у виробничому процесі, за якісним складом, за способом включення в собівартість. Правильний розподіл виробничих витрат має істотне значення в плануванні та обчисленні собівартості продукції.

Собівартість як економічна категорія являє собою відокремлену частину вартості. Основу цієї категорії становлять вартість спожитих засобів виробництва і вартість необхідного продукту. В конкретно економічному розумінні собівартість — це грошовий вираз витрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг.) [3].

Собівартість — один з найважливіших показників господарської діяльності аграрних підприємств, оскільки показує, у що саме обходиться господарству виробництво відповідного виду продукції і наскільки економічно вигідним воно є в конкретних природно – економічних умовах господарювання.

1. Динаміка собівартості продукції рослинництва в ДП „Родниківка”

Культури	2010 р.	2011 р.	2012 р.	Відхилення 2012 р. від 2010 р.
	собівартість 1ц/грн.			грн.
Зернові та зернобобові – всього з них:	49,8	57	67	17,2
Пшениця озима	41,6	50	64	22,4
Жито	42,4	82	х	х
Гречка	х	68	80	х
Кукурудза на зерно	81	91,7	143	62
Ячмінь озимий	42	49,4	48,1	6,1
Ячмінь ярий	39,6	47,4	53,1	13,5
Горох	69,5	72,1	78	8,5
Овес	39,1	46	52,3	13,2
Соняшник	81,4	90,5	147,4	66
Соя	77	86	98	21
Ріпак озимий	х	х	56,6	х
Ріпак ярий	х	52,7	х	х

Показник собівартості дає можливість глибоко аналізувати економічний стан

підприємства і виявляти резерви підвищення ефективності виробництва. Підприємство буде отримувати більше прибутку на одиницю продукції лише тоді коли матиме нижчу собівартість, і навпаки. Із зниженням собівартості зростає цінова конкурентоспроможність продукції, а отже, і зміцнюються позиції підприємства на товарному ринку.

Об'єктом дослідження виступає Державне Підприємство "Родниківка", що розташоване в центральній частині Лісостепу України в селі Родниківка Уманського району Черкаської області. За своєю діяльністю господарство спеціалізується на вирощуванні зернових та технічних культур, а також виробництві молока.

У таблиці 1 проведемо аналіз собівартості продукції рослинництва в ДП „Родниківка”.

2. Склад та структура витрат виробництва продукції рослинництва

Елементи витрат	2010 р.	2011 р.	2012 р.	В середньому за 3 роки	
	тис.грн.			тис.грн.	%
Витрати на оплату праці	733	916	1101	916,6	21,4
Відрахування на соціальні заходи	267	341	410	339,3	7,9
Матеріальні витрати у тому числі:	1966	2690	3427	2694,3	62,9
- насіння та посадковий матеріал	333	436	511	426,6	9,9
- інша продукція сільського господарства (гній, підстилка)	175	157	182	171,3	4
- мінеральні добрива	210	369	55	211,3	4,9
- нафтопродукти	747	1130	1418	1098,3	25,6
- електроенергія	24	25	35	28	0,65
- запасні частини, ремонтні та будівельні матеріали для ремонту	352	392	464	402,6	9,4
- оплата послуг і робіт, що виконані сторонніми організаціями, та інші матеріальні витрати	125	181	262	189,3	4,4
Амортизація основних засобів	162	317	379	286	6,6
Інші витрати, включаючи плату за оренду	43	56	36	45	1
Усього витрат	3171	4320	5353	4281,3	100

Аналізуючи динаміку собівартості, можна простежити суттєве її збільшення, це пояснюється тим, що вартість ресурсів які включаються в собівартість продукції значно зросла. Основним фактором зменшення собівартості продукції є підвищення урожайності культур. Цього можна досягти різними шляхами і зокрема за рахунок поліпшення земельних угідь шляхом меліорації, боротьби з ерозією, вапнування (гіпсування), дотримання правильних сівозмін, впровадження високоврожайних культурних рослин, засівання площі високоякісним насінням, внесення достатньої кількості добрив, виконання всіх робіт в оптимальні строки, здійснення захисту рослин від хвороб, бур'янів і шкідників, внесення під основний обробіток ґрунту органічних добрив, зменшення витрат при збиранні вирощеного врожаю, впровадження інтенсивних технологій вирощування с/г культур тощо.

Собівартість продукції рослинництва формується з різних за економічним змістом статей витрат, які характеризують її структуру. Структура собівартості продукції характеризується процентним співвідношенням окремих статей витрат у загальних витратах виробництва. Вона залежить від особливостей сільськогосподарських галузей та їх виробничої спеціалізації, рівня технологічного устаткування і організації виробництва.

Аналізуючи таблицю 2 можна зробити **висновок**, що у всіх трьох роках найбільшу питому вагу, у собівартості продукції рослинництва займають матеріальні затрати, які увійшли в собівартість продукції.

Найбільшу питому вагу у структурі займають витрати на паливо – 25,6%, на другому місці насіння та посадковий матеріал – 9,9%, на третьому – мінеральні добрива – 4,9%.

Затрати на оплату праці мають тенденцію до зростання. Виходячи з цього відрахування на соціальні заходи теж зростають з 267 тис. грн., у 2010 р., до 410 тис. грн. у 2012 р. Амортизація основних засобів має тенденцію до збільшення від 162 тис. грн., у 2010 р., до 379 тис. грн. у 2012 р. Взагалі витрати на виробництво продукції рослинництва зростають з року в рік: у 2010 р. – 3171 тис. грн., у 2011 р. – 4320 тис. грн., у 2012 р. – 5353 тис. грн.

Зниження собівартості продукції є важливою умовою підвищення економічної ефективності виробництва і забезпечення розширеного відтворення в сільському господарстві. Воно передбачає збільшення виробництва сільськогосподарської продукції і зменшення затрат праці і виробничих ресурсів на її одиницю.

Головний шлях зниження собівартості продукції сільського господарства – це підвищення врожайності сільськогосподарських культур. Основні витрати по вирощуванню культур здійснюються незалежно від рівня врожайності, а збільшення витрат пов'язано лише з отриманням додаткової продукції. Тому витрати з розрахунку на одиницю продукції, як правило, зменшуються. Для скорочення витрат необхідно, щоб темпи збільшення врожайності сільськогосподарських культур значно випереджали зростання витрат на гектар посіву [2].

Збільшення виробництва та поліпшення якості продукції за рахунок підвищення врожайності сільськогосподарських відбувається на основі інтенсифікації сільського господарства, яка є важливою умовою зниження собівартості сільськогосподарської продукції. Тому фактори, що сприяють інтенсифікації виробництва, можна вважати факторами зниження собівартості сільськогосподарської продукції. Найважливіші серед них такі:

а) ефективне використання землі на основі впровадження інтенсивних технологій вирощування сільськогосподарських культур;

б) використання високопродуктивних сортів і гербіцидів сільськогосподарських культур та порід тварин;

Ці та інші заходи вимагають збільшення виробничих витрат на 1 га сільськогосподарських культур, але водночас сприяють зменшенню собівартості одиниці продукції.

Одним із шляхів зниження собівартості сільськогосподарської продукції є підвищення продуктивності праці на основі впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва, широкого використання прогресивних форм організації і оплати праці. З підвищенням рівня механізації скорочуються затрати праці на одиницю продукції, що сприяє зменшенню витрат на її оплату і зниження собівартості сільськогосподарської продукції. Оскільки оплата праці є однією з основних статей витрат у собівартості продукції, підвищення продуктивності праці має вирішальне значення для її зниження. При цьому собівартість продукції зменшується лише тоді, коли економія коштів на оплату праці перевищує зростання амортизаційних відрахувань і витрат на поточний ремонт засобів механізації, які впроваджуються в виробництво.

Важливим резервом зниження собівартості є інтенсивне використання машино – тракторного парку, сільськогосподарських машин і знарядь, транспортних та інших засобів праці. За цих умов зменшуються витрати з розрахунку на одиницю виконаних робіт, що сприяє зниженню собівартості продукції.

Значний резерв зниження собівартості продукції – раціональне використання матеріальних оборотних фондів (насіння, мінеральних добрив, пального, кормів тощо.) [6].

Таким чином, тільки системний підхід до аналізу собівартості дає змогу визначитись з причинами, що зумовили зміну собівартості як окремих видів продукції, так і по галузях і підприємству в цілому, намітити конкретні заходи її зниження.

Список використаних джерел:

1. Бойко В.І. Зерно і ринок: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 312с.

2. Бутило І.А. Необхідність зміни підходів до оцінки ефективності вирощування с-г

культур // Зб. наукових праць Уманського ДАУ. Вип.57. – Умань, 2003. – с.321-327.

3. Дерев'яно С. Визначення собівартості продукції рослинництва// Агрокомпас. – 2000. – №5. – с. 25-31.

4. Лобас М. Г. Розвиток зернового господарства України. – К.: Агро інком, 1997. -447 с.

5. Формування і розвиток ринку зерна в Україні / [Шпикуляк О.Г., Воскобойнік Ю.Г, Саблук Р.П., Овсянніков О.В.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 190 с.

6. Ярославич В. М. Вплив незбалансованих мінеральних добрив на урожайність та якість зерна // Степове землеробство. – 2003. – Вип. 29. – с. 26-28.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ ТАЛЬНІВСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

О.В. ТРУТ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент МЕЛЬНИК Л. Ю.

Нинішній етап розвитку економіки характеризується насамперед глибокими змінами в управлінні виробництвом, що потребує належного інформаційного забезпечення. Цього можна досягти при створенні відповідної системи бухгалтерського обліку, яка б орієнтувалась на задоволення потреб внутрішніх і зовнішніх користувачів інформації.

Рациональне управління виробничими запасами потребує своєчасного оперативного обліку за їх надходженням і використанням, а це не можливо без застосування в обліку комп'ютерних технологій.

Використання обчислювальної (комп'ютерної) техніки та створення на цій основі автоматизованих робочих місць (АРМ) складських працівників та працівників обліку забезпечить:

- зменшення обсягу робіт з одноманітними операціями;
- прискорення опрацювання даних первинних документів;
- автоматизацію формування звітних форм;
- деталізацію аналітичного рівня обліку запасів;
- відмову від користування типографськими бланками первинних документів і звітності.

Програма „1С: Підприємство” має у своєму розпорядженні необхідний набір спеціалізованих засобів (Довідників, Документів, Звітів) для обліку й аналізу результатів більшості операцій з виробничими запасами. Вміле і рациональне використання цих засобів дозволяє:

- істотно скоротити час і витрати праці на відображення в обліку поточних операцій із запасами;
- оперативно одержувати інформацію про наявність і рух запасів як у цілому по підприємству, так і в розрізі місць збереження і використання (складів, цехів, матеріально-відповідальних осіб) з можливістю деталізації по найменуваннях ТМЦ.

Така можливість реалізується завдяки тому, що в програмі на всіх рахунках класу 2 „Запаси” (за виключенням рахунку 23 „Виробництво”, на якому аналітика ведеться в розрізі видів діяльності), а також на всіх субрахунках позабалансового рахунку 02 „Активи на відповідальному збереженні”, реєстрація господарських операцій ведеться в кількісно-сумовому вираженні не в цілому по рахунку, а окремо по кожній номенклатурній одиниці запасів із прив'язкою до конкретного місця зберігання (використання) і партії надходження (зарахування) на баланс.

Тому кількість проводок при реєстрації господарської операції прямо зв'язана з кількістю найменувань запасів, що беруть участь в операції. У зв'язку з цим для найбільш типових і часто використовуваних операцій, зв'язаних з надходженням і вибуттям запасів, їх внутрішнім переміщенням, зміною облікової вартості тощо, процедура формування проводок здійснюється програмою автоматично після заповнення і проведення екранних

(діалогових) форм відповідних первинних документів.

В той же час програма має у своєму розпорядженні універсальний засіб для „ручного” введення будь-якої сукупності проводок – документом „Операція”, який необхідно використовувати для тих операцій із запасами, по яких не передбачене автоматичне формування проводок.

Одним із напрямів підвищення контрольних функцій обліку операцій з матеріальними запасами є удосконалення складання й обробки первинної документації. Суть полягає в тому, що, по-перше, всі первинні документи щодо надходження та витрачання матеріальних запасів вводяться й обробляються за допомогою програми, внаслідок чого відпадає необхідність переносити дані з первинних документів в облікові реєстри; по-друге, одні й ті ж дані можуть автоматично потрапляти в різні документи, які є взаємопов’язаними.

Таким чином, особливості виробництва в сучасних умовах вимагають детального аналітичного та кількісного обліку виробничих запасів. Ці особливості полягають в тому, що матеріальні запаси обліковуються не тільки за кількістю та сумою, а й за окремими складами, змінами, за матеріально-відповідальними особами та іншими об’єктами.

Усе це вимагає від бухгалтерів, комірників, інших відповідальних осіб і, в першу чергу, керівників підприємства вжити заходів щодо удосконалення та підвищення ефективності обліку матеріалів.

Більшість підприємств Тальнівського району для бухгалтерського обліку використовують відмінну від автоматизованої форму обліку господарсько-фінансової діяльності. Це призводить до надмірного накопичення первинних документів і завантаженості бухгалтерської служби. Тому ми рекомендуємо, для більшої ефективності та підвищення продуктивності праці бухгалтерів, використовувати автоматизовану форму обліку, зокрема програму „1С: Підприємство”.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що для вирішення питань, пов’язаних з веденням обліку та здійсненням внутрішньогосподарського контролю виробничих запасів, важливе значення має впровадження засобів автоматизації, що надасть можливість ефективно вирішувати такі важливі питання, як:

- підвищення достовірності й оперативності інформації про залишки та рух виробничих запасів;
- впорядкування системи документального забезпечення всіх операцій;
- своєчасне й оперативне вирішення питань контролю за надходженням, зберіганням та затратами виробничих запасів.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

**О.В. ТРУШКОВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЛЕМЕНТОВСЬКА В.А.**

Сьогодні людство щодалі більше усвідомлює необхідність докорінної перебудови взаємовідносин суспільного виробництва з навколишнім природним середовищем. Адже складна екологічна ситуація в країні спонукає як виробників, так і споживачів до пошуку оптимального співвідношення між рівнем власного прибутку та рівнем витрат на природоохоронну діяльність. Саме існування протиріч між економічними інтересами господарств та потребами суспільства в екобезпечному навколишньому природному середовищі зумовило виникнення екологічного маркетингу.

Екологічний (довкільний, зелений) маркетинг – це функція управління, яка організовує і спрямовує діяльність підприємств (організацій), пов’язану з оцінкою і перетворенням запитів споживачів в екологічно орієнтовний попит на товари і послуги, що сприяють збереженню якісного та кількісного рівня основних екосистем, задовольняють потреби як окремих осіб, так і організацій або суспільства в цілому.

До найбільш важливих інструментів екологічного маркетингу належать:

- екологічне маркування та екологічна сертифікація;
- екологічні комунікації;
- залучення зацікавлених груп (осіб, організацій);
- оцінка життєвого циклу товарів (продуктів);
- екологічна освіта;
- екологічний звіт;
- екологічний аудит.

Кожен із зазначених інструментів є засобом практичної реалізації концепції сталого розвитку.

Зокрема, розвиток екологічного маркування в Україні відбувається відповідно до вимог міжнародної системи стандартизації (ISO) й повинен формувати попит на продукцію, яка мінімізує негативний вплив на навколишнє природне середовище та здоров'я людини впродовж всього життєвого циклу, шляхом стимулювання попиту на «екологічну» («зелену») продукцію. У свою чергу, сертифікована продукція отримує право відтворення знаку екологічного маркування на етикетці, а також на документації та рекламних матеріалах підприємства – виробника, що підтверджується міжнародним сертифікатом. Зображення «зеленого журавлика» та напис «Екологічно чисто та безпечно», крім належних якісних характеристик маркованої продукції, свідчить про відповідність до критеріїв екологічності впродовж усього життєвого циклу продукції: від заготівлі сировини до утилізації, а також дійсно гарантує споживачеві екологічну якість. Знак екологічного маркування надає споживачам інформацію про екологічний пріоритет конкретної продукції та можливість зробити свідомий вибір на свою користь та користь виробника. У свою чергу, виробник отримає додаткові фінансові надходження, що зміцнять його позицію на ринку.

Досвід розвинутих країн зарубіжжя свідчить, що для стійкого розвитку суспільства, забезпечення конкурентоспроможності країни на світовому ринку необхідні значні зусилля у напрямку розвитку економічної і екологічної освіти. Оскільки, метою такої освіти має бути формування екологічного світогляду, що базується на єдності людини та природи, то основними завданнями є: формування високої культури відношення до природи і нової системи цінностей змалку; виховання соціально-екологічної активності населення; розвиток здатності моделювати та прогнозувати наслідки діяльності стосовно навколишнього середовища; забезпечення можливості отримання основних уявлень про природні екосистеми та шляхи безпечної взаємодії людини та навколишнього середовища.

Аграрний сектор України має всі можливості для виробництва продукції на екологічній основі, попит на які є як всередині країни, так і за її межами. Проблемою в даному зв'язку, звичайно, є те, що екологічні продукти є дорожчими, а значить, зустрічають певні труднощі при їх просуванні на ринок. Застосовуючи інструментарій цільового маркетингу, можна орієнтуватися на і групи споживачів, які згодні переплачувати за екологічність. Також такі традиційні засоби, як реклама та пропаганда, можуть бути використані для роз'яснення споживачам корисності екологічних продуктів харчування, їх ролі у збереженні здоров'я, підвищенні якості життя.

Враховуючи суспільні значущість виробництва екологічних продуктів харчування, доцільним, на погляд, є державне стимулювання їх виробництва, в рамках якого можна передбачити зниження податкового навантаження сільгоспвиробників, стимулювання експорту зазначених сільгоспідприємств, що також позитивно вплине на стан аграрного сектору в умовах загальної кризи. Крім цього, на думку багатьох економістів, субсидування є ефективним засобом просування на ринок екологічних товарів.

Таким чином, ми маємо справу з екологічним маркетингом як функцією управління, пов'язаною з перетворенням потреб споживачів в попит на товари і послуги, що сприяють сталому розвитку суспільства в цілому. За умов існування виробництва, що носить деструктивний характер щодо навколишнього природного середовища (НПС), використання технологій, агресивних до довкілля, у споживачів формуються нові потреби, серед яких є екологічно чисті продукти харчування, товари та послуги, які щодо споживання природних

ресурсів та енергії не створюють несприятливих екологічних впливів за умови їх цільового використання, а також заходи зі скорочення викидів і скидів, з покращення їх переробки, утилізації, зберігання, знешкодження, торгівлі та реалізації екологічних одиниць.

Отже, просування на ринок України екологічних товарів є необхідним для підвищення рівня екологічної безпеки, при чому для цього існують достатні передумови і потенційні можливості, з якими українська економіка в змозі подолати еколого-економічні проблеми, які мають місце сьогодні.

ТОВАРНО-ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПАТ «УМАНЬФЕРММАШ» ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Ю.П. ТУРЧЕНКО, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ХАРЕНКО А.О.**

Становлення ринкової економіки потребує нового економічного мислення, нових підходів до управління господарською діяльністю, яка має орієнтуватися на потреби споживачів. Вихід України на світовий ринок та поява ознак конкурентного середовища зумовили актуальність маркетингової діяльності, як комплексу заходів щодо узгодження виробничо-збутової діяльності з вимогами ринку. Україна відкрила для себе новий ринковий простір. Орієнтир сучасного ринку – споживач, а досконале знання його потреб та виробництво товарів, що їх задовольняють – єдина можливість досягти цілей, пов'язаних з збільшенням обсягу продажу, проникненням на нові ринки. Потреба в здійсненні маркетингової діяльності постійно зростає, оскільки існує необхідність у дослідженні ринку, прогнозуванні розвитку економічних зв'язків, аналізі маркетингової діяльності підприємств та прийнятті стратегічних рішень для забезпечення їх конкурентоспроможності.

Забезпечення виробництва конкурентоспроможної продукції потребує систематизованих організаційно – економічних заходів маркетингової діяльності, тобто повсякденної копійки роботи по управлінню виробництвом і збутом.

Підприємство ПАТ „Уманьферммаш” є одним з найбільших підприємств на Україні із виробництва ґрунтообробної техніки, машин і обладнання для тваринництва та кормовиробництва, обладнання для переробної промисловості та особистих підсобних господарств населення, а також товарів народного вжитку. Контрольний пакет акцій його знаходиться в ВАТ „Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча”, якому належить 91,4% акцій, іншим власникам разом належить 8,6% акцій. (в тому числі юридичним особам – 8,1%, а фізичним – 0,5% акцій).

Основними видами продукції, що виробляє підприємство є:

- бурякозбиральна техніка: машина гичкозбиральна МГ – 6; копач коренеплодів АЗК – 6.01.000; підбирач – навантажувач коренеплодів АЗК – 6.03.000.

- ґрунтообробна техніка: борони дискові: БДВ-7, БДВ – 3, БДШ – 8,2, БДВ- 4,2; борона пружинна БП – 12; зчіпка причіпна СПУ – 11 – 2, СПУ – 21 – 2; агрегат передпосівний: АП – 6, АП – 3; каток зубчато-кільчатий КЗК – 6; плуг плоско різ розпушувач ППР – 2,5.2; лущильник дисковий ЛДВ – 3.

- машини для тваринництва та кормовиробництва: установка комбікормова УМК – Ф – 2; кормороздавач – змішувач причіпний КЗП – 3; конвеєр гноєзбиральний КСГ – 4; подрібнювач ІЗМ-Ф-5, ІКД – Ф-5; автонапувалка ПА -2; прес – екструдер ПЕС-250.

- машини для переробки сільгоспроодукції: обладнання для переробки виробництва олії рослинної ОВОР -450; прес віджимання масла ПМ- 450; лінія приготування круп ЛПК -500;

- машини для транспортування вантажів: напівпричіп НТС-5,1 НТС-10; агрегат для перевезення води АПВ-3; норія стрічкова ковшова НЛК-Ф-10, НЛК-Ф-20; конвеєри гвинтові КВ-Ф-40; завантажувачі шнекові ЗШП-10, ЗШП -40.

- товари народного споживання: бетонозмішувач БС-Т-60; розчинозмішувач РМ – 0,15; плити чавунні; піч дачна ПД- Т – 1, ПД-Т -2; борона полегшена БО -0,7; інші.

- запасні частини.

Основними конкурентами підприємства є:

- українські товаровиробники: ВАТ „Борекс” (м. Городянка), ВАТ „Червона зірка” (м. Кіровоград), ВАТ „Одессільмаш”, ВАТ „Білоцерківсільмаш”, ВАТ „Київсьмаш”, ВАТ „Уманьферммаш”, ВАТ „Первомайський завод сільгоспмашин”;

- на російському ринку: ЗАТ „Седін -Агро” (м. Краснодар), ВАТ „Белагромашсервіс” (м. Белгород), ВАТ „Сибсільмаш” (м. Новосибірськ), ТОВ „Сільмаш” (м. Краснодар).

Попит на продукцію підприємства має сезонний характер, що пов'язано із особливостями сільськогосподарського виробництва. Найбільший об'єм реалізації продукції припадає на другий і третій квартал. Основними споживачами є підприємства, що займаються веденням сільського господарства. Щодо географії збуту продукції, то основна частина її припадає на внутрішній ринок, і лише близько 15% на зарубіжний ринок. Незначна частка експорту обумовлена високою конкуренцією між виробниками сільськогосподарської техніки, відсутністю інформації про виробника у потенційних споживачів, загальною кризою сільського господарства на пострадянському просторі. Перелік країн куди експортувалася продукція ПАТ „Уманьферммаш” не досить великий, лише 12. У 2000 році ще однією країною експортером продукції товариства була Сірія. З метою розширення ринків збуту продукції і згладжування сезонних перепадів в реалізації, з кінця 2002 року ВАТ „Уманьферммаш” почало формувати дилерську сітку в областях і регіонах України.

Ліва частина товарної продукції ПАТ „Уманьферммаш” реалізується на українському ринку. Покупці сільськогосподарської техніки знаходяться в усіх регіонах України, окрім Закарпатської області (протягом 2001-2004 та 2007-2008 років реалізація техніки в даний регіон відсутня). Найбільшим споживачем продукції товариства протягом досліджуваного періоду є Донецька область, а саме ВАТ „ММК ім. Ілліча”. Також найбільша кількість покупців знаходиться в Київській, Кіровоградській, Миколаївській, Одеській та Черкаській областях.

Отже, з точки зору маркетингової стратегії перспективним для ПАТ „Уманьферммаш” є безупинне удосконалювання реалізації продукції на внутрішньому ринку і розширення продажу її на закордонних ринках. Підприємству доцільно зосередити увагу на вже освоєних зовнішніх ринках, а також звернути увагу на країни, які мають схожі з країнами-імпортерами природнокліматичні умови, рівень розвитку економіки, схожі запити потенційних споживачів. У сфері ціноутворення доцільно орієнтуватися до умов конкретної країни.

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ

О.В. ТУРЧИНА, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва

Науковий керівник: к.е.н., доцент БЕЧКО П.К.

Податкова система в кожній країні є однією з найважливіших основ економічної політики, оскільки забезпечує фінансову базу держави та виступає головним чинником реалізації її економічної доктрини.

Податки за економічним змістом – це економічні відносини між державою і платниками податків з метою створення загальнодержавних централізованих грошових коштів, необхідних для виконання державою її функцій.

Податкові платежі, як джерело наповнення дохідної частини бюджетної системи регулюють формування централізованих грошових фондів і впливають на соціально-економічні процеси в державі. Отже, функціонування податкової сфери неможливо без єдиного механізму податкового контролю, важливою умовою дієвості якого є його достатньо повна та чітка правова регламентація.

Першочерговою потребою сьогодення є забезпечення збалансованого розвитку всіх підсистем суспільства, гармонізації інтересів різноманітних верств населення, створення

міцного економічного підґрунтя для інтеграції України у світову економічну систему. Все це в значній мірі залежить від ефективної контрольної функції податків. Контрольна функція податків проявляється через податковий контроль.

Відповідно до Податкового кодексу України податковий контроль – це система заходів, контролюючих органів щодо контролю за правильністю нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, дотримання чинного податкового законодавства.

Податковий контроль є окремим, самостійним видом державного фінансового контролю, що здійснюється на стадії мобілізації коштів, який виконує функцію: державного управління. Для забезпечення ефективності податкового контролю необхідним є оптимізація процедур контролю, здійснення нагляду за роботою податкових органів, усунення існуючих в законодавчо-нормативній базі неточностей та суперечностей.

Контроль є важливим елементом будь-якої галузі державного управління. Організація контролю є обов'язковим елементом управління суспільними фінансовими засобами. Саме об'єктивні потреби держави та органів місцевого самоврядування у грошових коштах потребують забезпечення повного і своєчасного їх надходження у вигляді податків і зборів (інших обов'язкових платежів) до бюджетів та державних цільових фондів.

Головною метою податкового контролю в Україні є постійне наповнення дохідної частини державного бюджету, а його предметом – перевірка повноти формування бази оподаткування діяльності суб'єктів господарювання податками та зборами і своєчасності їх перерахування до бюджету та державних цільових фондів.

Можна виокремити наступні завдання податкового контролю:

- перевірка повноти та своєчасності сплати податків та зборів до бюджету та державних цільових фондів;
- контроль правильності визначення бази оподаткування;
- перевірка правомірності застосування податкових пільг за податками та зборами;
- контроль за своєчасністю подання до органів ДПС податкової звітності за податками та зборами;
- аналіз податкових надходжень;
- виявлення, усунення та попередження порушень чинного законодавства.

Об'єктом контролю є діяльність платників податків – юридичних та фізичних осіб, які пройшли реєстрацію у органах ДПС, податкові агенти та представники платника податку.

Суб'єктами податкового контролю є контролюючі органи:

- органи ДПС – щодо податків, які справляються до бюджетів та державних цільових фондів.

Питання щодо податкового контролю та загальних проблем, які виникають у процесі його здійснення є актуальним. Вдосконалення та ефективна організація податкового контролю здатна забезпечити розв'язання основної проблеми держави – наповнення дохідної частини державного бюджету України.

Можна виокремити наступні проблеми щодо проведення податкового контролю:

- нормативного характеру (недосконалість податкового законодавства, в тому числі прийнятого ПКУ);
- організаційного характеру (відсутність програмного забезпечення для автоматизації контролю, єдиної інформаційної бази об'єктів перевірки).

Відповідно до статті 62 Податкового кодексу України податковий контроль здійснюється шляхом:

- обліку платників податків;
- інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної податкової служби;
- перевірок та звірок відповідно до кодексу, а також перевірок щодо дотримання законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи.

З набранням чинності Податкового кодексу України суттєво змінились порядок та види перевірок, що здійснюють податкові органи. Проте, існує проблема неузгодженості у даному питанні. Відповідно до ст. 75 Податкового кодексу України органи державної

податкової служби можуть проводити три види перевірок: камеральні, документальні та фактичні. У ст.73 Податкового кодексу України наводиться ще один їх вид – зустрічні звірки, що проводяться з метою отримання податкової інформації. Відповідно до «Порядку проведення органами державної податкової служби зустрічних звірок» затвердженого Кабінетом Міністрів України, звірка проводиться через письмові запити до платника податків, на який слід дати відповідь протягом місяця.

За умов порушення податкового законодавства згідно з результатами проведених перевірок передбачається застосування штрафних(фінансових) санкцій.

Санкції являють собою заходи, які застосовуються до платників податку у випадках порушення ними податкового законодавства.

Таким чином, податковий контроль є самостійним напрямом державного фінансово-економічного контролю, який має чітко визначену мету, предмет, завдання, об'єкт, суб'єкт і реалізується шляхом ведення обліку платників податків, інформаційно-аналітичного забезпечення, перевірок та експертиз. Основним призначенням податкового контролю є контроль за дотриманням норм податкового законодавства щодо сплати податків.

Ефективний податковий контроль має забезпечувати прозоре економічне адміністрування податкових відносин при оптимальному розмірі витрат на його здійснення і являє собою необхідну умову функціонування податкової системи. За його відсутності або малої ефективності важко розраховувати на те, що всі платники податків будуть своєчасно і в повному обсязі сплачувати податки і збори, що, у свою чергу, може поставити під загрозу економічну безпеку держави.

Сучасне реформування податкової служби, яке проводиться згідно зі стратегічним планом розвитку державної податкової служби України, спрямоване на європейську і світову інтеграцію економіки України. Основна його мета – створення дієвої системи отримання державою доходів на основі добровільного виконання платниками податків вимог податкового законодавства; компетентного, чесного, неупередженого адміністрування податків; сприяння розвитку підприємництва та економічному піднесенню держави. Зазначене потребує одночасного реформування податкової системи і податкового контролю, який має виконувати задекларовані цілі по адмініструванню податків, профілактиці, виявленню і припиненню податкових правопорушень.

Висновки. Отже, податковий контроль в Україні потребує правового закріплення основних елементів його системи, принципів здійснення, завдань та функцій; методики проведення його основних видів, а також розроблення нових підходів управління професійними, морально-етичними, психологічними аспектами діяльності персоналу податкової служби. Все це має сприяти протидії ухиленню від оподаткування, формуванню довіри до податкової служби.

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ОРГАНІЗОВАНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ

**М.М. УМАНЕЦЬ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

Нині Україні основними податками, які сплачують до бюджету організовані агроформування, є фіксований сільськогосподарський податок, податок на доданку вартість, податок з доходів фізичних осіб, плата за оренду землі державної та комунальної власності а також екологічний податок. Не зважаючи на значний перелік податків, що включені до системи оподаткування сільгосп підприємств, основними податковими платежами, що сплачуються за їх рахунок є фіксований сільськогосподарський податок (ФСП) та податок на додану вартість (ПДВ). За рахунок перелічених двох складових податкового механізму агросфери здійснюється державна податкова підтримка діяльності сільськогосподарських підприємств (через спецрежими їх справляння).

Варто зазначити, що функціонування спеціальних податкових режимів в аграрній

сфері економіки забезпечує порівняно невелике податкове навантаження на сільськогосподарські підприємства, а тому є вигідним для агробізнесу. Поряд з цим, вітчизняні механізми спеціальних режимів оподаткування сільськогосподарських підприємств мають цілий ряд недоліків. Насамперед, на нашу думку, недоречністю сучасного порядку справляння фіксованого сільськогосподарського податку в Україні є те, що його механізмом не передбачено щорічної переоцінки бази оподаткування (нормативної грошової оцінки земельних угідь, проведеної станом на 01. 07. 1995 року). Внаслідок цього та в результаті щорічної переоцінки нормативної грошової оцінки земельних угідь для цілей оподаткування земельним податком, наразі розмір земельного податку з одиниці земельної площі є вдвічі вищим від величини фіксованого сільськогосподарського податку.

Крім того, до прогалин механізму справляння ФСП слід віднести те, що платники цього податку в разі перевищення ними обсягів реалізації покупних товарів, робіт та послуг за рік 25% від їх валового доходу, лише з наступного року переходять на загальну систему оподаткування. Така норма Податкового кодексу України не лише дозволяє але й стимулює використання цього спецрежиму прямого оподаткування у схемах податкових оптимізацій.

Недоліком механізму справляння ФСП є також звільнення платників цього податку від сплати земельного податку за землі сільськогосподарського призначення та збору за спеціальне використання води, внаслідок чого було повністю втрачено джерела фінансування заходів з охорони, поліпшення та відновлення зазначених природних ресурсів на сільських територіях.

Наслідком перелічених недоліків механізму справляння ФСП є суттєве послаблення регулюючих властивостей цього пільгового податкового режиму.

Не позбавлений суттєвих вад і вітчизняний механізм спеціального режиму непрямого оподаткування сільськогосподарських підприємств. Насамперед, одним із недоліків вітчизняного порядку нарахування і сплати ПДВ є те, що з 2009 року відмінено ставку 0%, за якою агропідприємствами оподатковувались операції з реалізації молока і м'яса в живій вазі переробникам. При цьому, механізм виплати дотацій суб'єктам агробізнесу за реалізоване ними молоко і м'ясо на переробку залишено без змін. В результаті таких змін підприємства переробної промисловості зобов'язані виплачувати дотації за закуплене в агропідприємств молоко і м'ясо в живій вазі та в результаті подорожчання м'ясо-молочної сировини на 20%, що відбулось внаслідок відміни нульової ставки ПДВ на операції з її придбання втратили джерела фінансування таких виплат, що зумовило невиконання для них операцій по закупівлі молочно-м'ясної сировини у її виробників.

Недоречністю механізму нарахування і сплати ПДВ в аграрній сфері економіки, на нашу думку, також є відміна цільового використання сум ПДВ від реалізації окремо рослинницької та тваринницької продукції та об'єднання двох спеціальних декларацій з ПДВ від реалізації агроформуваннями власної продукції. На наше переконання, така податкова новація є однією з причин занепаду вітчизняної тваринницької галузі, яка до цього значною мірою функціонувала за рахунок дотацій та цільового характеру використання ПДВ від реалізації тваринницької продукції виключно на розвиток галузі тваринництва в організованих агроформуваннях.

Крім того, на нашу думку, потребує коригування загальний порядок справляння ПДВ, який передбачає неодмінне використання податкових накладних, що призводить до значних додаткових витрат таких податкоплатників.

Що ж до недоліків сучасного механізму справляння податку з доходів фізичних осіб, то ними, на наше переконання, є малопрогресивна, а не прогресивна шкала ставок податку та можливість використання натуральних виплат заробітної плати, що, завдяки використанню натурального коефіцієнта під час оподаткування натуральних виплат доходів, спричиняє значні додаткові податкові виплати суб'єктів агробізнесу.

Суттєвим недоліком механізму справляння плати за оренду землі державної та комунальної власності, на нашу думку, є те, що ставки цього податку визначаються не відповідними положеннями Податкового кодексу України, а договорами оренди земельних угідь, що суперечить самій філософії податкових відносин.

Висновки. На наш розсуд, недоліком механізму справляння екологічного податку з організованих агроформувань є порівняно високий розмір ставок цього податкового платежу.

Зазначені проблеми потребують комплексного вирішення, що передбачає внесення суттєвих змін до Податкового кодексу України.

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СТАНУ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

**Ю.П. УМАНСЬКА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ШЕВЧЕНКО Н.О.**

Ефективне використання основних засобів зумовлюють необхідність впровадження на підприємстві науково обґрунтованої системи обліку основних засобів, яка б відповідала вимогам управління.

Вагомий внесок що до проблем аналізу та обліку основних засобів зробили провідні вчені-економісти, такі як – С. Рилєєв, М. Шкробанець, О. Коломієць, О. Арєф'єва, Н. Богацька, Ю. Гуцуляк та інші.

Метою статті є визначення та аналіз проблем основних засобів.

Сучасний етап розвитку бухгалтерського обліку характеризується його розподілом на декілька підсистем, а саме, фінансового, податкового, внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, що зумовлює особливості організації бухгалтерського обліку на підприємстві.

Особливе місце в системі бухгалтерського обліку займають питання, пов'язані із станом основних засобів. Це пояснюється тим, що вони у своїй окупності утворюють виробничо-технічну базу і визначають виробничу мету господарства, точність показників об'єму, стану і руху основних засобів.

Згідно з П(С)БО 7 основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів чи 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)".

П(С)БО 7 «Основні засоби» визначає критерії віднесення ремонтних витрат на збільшення первісної вартості об'єктів основних засобів. До них відноситься вплив проведених ремонтних робіт на майбутні економічні вигоди від використання об'єкта. За Податковим кодексом критерій майбутніх економічних вигод також застосовується, при цьому встановлюється вартісний критерій. Первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних із ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів, що приводить до зростання майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єктів у сумі, що перевищує 10% сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів, що підлягають амортизації, на початок звітного податкового року з віднесенням суми поліпшення на об'єкт основного засобу, щодо якого здійснюється ремонт та поліпшення.

З точки зору бухгалтерського та податкового обліку залишаються не вирішеним питання переоцінки та віднесення витрат на ремонти основних засобів. Так, платники податку всіх форм власності мають право проводити переоцінку об'єктів основних засобів, застосовуючи щорічну індексацію вартості основних засобів, що амортизується, та суми накопиченої амортизації на коефіцієнт індексації.

У бухгалтерському обліку основних засобів важливим питанням є також проблема переведення основних засобів із виробничих у невиробничі і навпаки, невиробничі.

Вивчення теоретичних положень, свідчать, що облік та аналіз основних засобів в останній час дещо ускладнився, а ряд проблем негативно впливають на процес управління виробництвом, знижуючи ефективність використання основних засобів. До кола таких проблем можна віднести:

- різні підходи до термінології та визначення сутності основних засобів у фінансовому обліку й системі оподаткування, принципів їх оцінки;
- проблеми вдосконалення системи амортизації;
- проблеми підвищення інформативності первинних документів з обліку основних засобів.

Для вирішення даних проблем необхідно здійснити такі дії:

- удосконалити методику обліку надходження основних засобів у системі аналітичних рахунків, що дозволить спростити систему бухгалтерських записів;
- розробити бухгалтерську модель економічного механізму амортизації, що сприятиме вирішенню проблем фінансового, внутрішньогосподарського обліку амортизаційних процесів та їх податкового аспекту;
- удосконалити методику обліку витрат на ремонти основних засобів, що підвищить ефективність управління витратами.

Отже, питання обліку основних засобів, постійно знаходиться у центрі уваги. Проблема відтворення основного капіталу є ключовою для забезпечення сталого розвитку як економіки країни загалом, так і для окремих підприємства. Економічна сутність основних засобів слугують визначальними характеристиками ідентифікації їх значення в забезпеченні відтворювальних процесів, функціонуванні та розвитку виробництва. Важливе значення в дослідженні ефективності використання основних засобів відіграє оцінювання їх сучасного стану, забезпечення адекватної класифікації, виходячи із сучасних умов господарювання, та проведення об'єктивного аналізу.

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА МІЖНАРОДНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

**С.Р. УРАЗМАТОВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: доцент ШЕВЧЕНКО Н.О.**

Облік фінансових результатів та їх відображення у звітності є однією з найважливіших частин економічної інформації, що необхідна власникам підприємств, та мусить бути розглянута, задля ефективного управління діяльністю підприємства. Адже, саме від фінансових результатів, їх достовірного та точного обліку, контролю, аудиту та аналізу залежить ефективність функціонування підприємства та його фінансово-майновий стан.

Однак, проблема досягнення достовірності обліку і звітності з фінансових результатів є надзвичайно гострою на сьогоднішній день.

Такі вчені, як В.Ф.Палій, В.Г.Макаров, Ф.Ф.Бутинець, А.М.Герасимович досліджували дане питання, що свідчить про актуальність тематики обліку фінансових результатів.

Національні стандарти бухгалтерського обліку розроблялись на основі міжнародних стандартів. При порівнянні національних і міжнародних стандартів, що стосуються відображення в обліку і звітності інформації про фінансові результати, було виявлено наявність спільних і відмінних моментів між ними.

Методологічні основи обліку доходів і відображення їх у звітності визначаються Міжнародним стандартом фінансової звітності (далі – МСФЗ) 18 «Доход» і однойменним П(С)БО 15. Порівняння основних положень зазначених стандартів свідчить про наявність спільних моментів: критеріїв визнання доходу, класифікації, оцінки доходів, порядку відображення у звітності тощо.

Разом із тим, між цими стандартами існують і деякі відмінності. Зокрема, у П(С)БО 15 «Доход» зовсім не розглядається питання передачі ризиків власності, а це безпосередньо впливає на момент визнання операції реалізацією та виникнення від неї доходу.

Стосовно принципу відповідності доходів і витрат, то П(С)БО 15 необхідно доповнити текстом, що відповідає МСФЗ 18 такого формулювання: «Доход не може бути визнаний, якщо витрати неможливо достовірно оцінити. За таких обставин будь-яка, вже отримана за продаж товарів компенсація, визнається як зобов'язання».

А при розкритті порядку оцінки доходу, який «відображається в бухгалтерському обліку в сумі справедливої вартості активів, які отримані або підлягають отриманню», необхідно уточнити: «з урахуванням суми будь-якої торговельної знижки чи знижки з обсягу, що надається підприємством».

Зауважимо, що за міжнародним досвідом існує декілька способів обліку і відображення у Звіті про прибутки повернення товарів та їхньої уцінки: метод створення резерву повернення товарів, їхньої уцінки, наданих знижок, метод використання контрарного регулюючого рахунка «Доход від продажу» – «Повернення та уцінка товарів, реалізованих покупцю» та метод відображення доходу за чистою вартістю.

У вітчизняній практиці, як і в більшості у міжнародній, використовується контрарний регулюючий рахунок до рахунка «Доход від продажу», за якого суми накопичені протягом звітного періоду на рахунку «Повернення та уцінка товарів, реалізованих покупцю» показують у Звіті про прибутки та збитки або у Звіті про фінансові результати як зменшення продажу.

Отже, з урахуванням вищевказаної поправки до П(С)БО 15, логічним буде порядок визначення чистого доходу (виручки) від реалізації у Звіті про фінансові результати: розраховується як різниця доходу (виручки) від реалізації, що надійшла або надійде на підприємство, і податків, які підлягають сплаті до бюджету, знижок, уцінок та повернення реалізованих товарів за умовами контракту, а також доходів, утриманих на користь третіх осіб.

П(С)БО 16 «Витрати» теж розроблено відповідно до міжнародних стандартів. Окремого міжнародного стандарту, який визначає методологію обліку витрат і порядок їх розкриття у фінансовій звітності немає. А питання, що стосуються поняття, оцінки, визнання та класифікації витрат, розкриваються у Концептуальній основі складання та подання фінансових звітів, МСБО 1 «Подання фінансових звітів», МСФЗ 2 «Запаси», МСФЗ 16 «Основні засоби» та деяких інших.

Визначення витрат, наведене у національних П(С)БО, майже повністю відповідає поняттю витрат, наведеному у міжнародних стандартах. Так, у Концептуальній основі складання та подання фінансових звітів (п. 70) витрати розглядаються як зменшення економічних вигод протягом облікового періоду у вигляді вибуття чи амортизації активів або у вигляді виникнення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу, за винятком зменшення, пов'язаного з виплатами учасникам.

Якщо розглянути міжнародний досвід, то методика визначення показника собівартості продажу у Звіті про прибутки та збитки залежить від застосовуваної на підприємстві системи обліку запасів – періодичної чи постійної.

Так, при застосуванні періодичного обліку собівартість продажу визначають балансовим методом (аналогічно, як у вітчизняній практиці). При застосуванні постійного обліку запасів собівартість продажу визначають як добуток кількості реалізованих запасів і собівартості одиниці цих запасів, визначеної за одним із запропонованих МСБО 2 методів (стандартні (нормативні) витрати, метод конкретної ідентифікації, середньозважена собівартість, «Перше надходження-перший видаток» (ФІФО), «Останнє надходження-перший видаток» (ЛІФО), роздрібна ціна).

Отже, враховуючи чинні вимоги національних П(С)БО, для забезпечення достовірності й повноти обліку фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств у Наказі (Положенні) про облікову політику необхідно максимально точно визначати основні принципи їх організації: розмежування доходів за кожною класифікаційною групою; умови визнання та критерії оцінки доходів; спосіб вивчення ступеня завершеності робіт, послуг; перелік та склад доходів від реалізації, інших операційних доходів, доходів фінансової та інвестиційної діяльності; систему обліку запасів; моменти передачі ризиків власності; порядок віднесення доходів і витрат на рахунок 79 «Фінансові результати».

Таким чином, порівняння П(С)БО та міжнародних стандартів з обліку і відображення у звітності доходів, витрат та фінансових результатів дає можливість зробити такі загальні **висновки**:

- окремі положення П(С)БО повторюють правила МСФЗ;

- певні вимоги П(С)БО не виділені окремо в міжнародних стандартах, але знаходяться в їх рамках і зумовлені національними особливостями економічних відносин;
- деякі положення, які розкриті в МСФЗ, відсутні в П(С)БО і запропоновані до визначення.

СОБІВАРТІСТЬ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ

**В.М. ФЕЩУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент СОКОЛЮК С.Ю.**

Молочна галузь займає вагоме місце в структурі харчової промисловості України, є провідною ланкою у вирішенні продовольчої проблеми країни. Адже, молоко, як один з головних базових продуктів харчування (характерна особливість якого – легка засвоюваність організмом) є важливою складовою здорового раціону. На сучасному етапі функціонування підприємств молокопродуктового підкомплексу, поставлені високі вимоги щодо безпечності, ефективності та прибутковості виробництва молока і молокопродуктів належної якості, що вимагає від переробних підприємств постійного удосконалення матеріальної бази, своєчасної заміни та модернізації морально застарілого та фізично спрацьованого обладнання, впровадження нових технологій, інтеграції виробничих процесів, підвищення рівня кваліфікації працівників. Молочна продукція – це основа повноцінного харчування населення. У молоці міститься така кількість поживних речовин, яка необхідна для нормального функціонування людського організму.

Дана тема є актуальною – це полягає в тому, що у системі показників, що характеризують ефективність виробництва, одне із провідних місць належить собівартості продукції. У ній відбиваються всі сторони виробничої й фінансово-господарської діяльності підприємства: рівень використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, якість роботи окремих працівників і керівництва в цілому.

Проблему собівартості досліджували такі вчені-економісти як: Бойчик І., Грещак М., Іваненко В., Коваль В., Покропивний, Ткаченко М., Шегда А.В., Опря А., Пантелійчук, Плотнікова Т. та інші.

Собівартість продукції – один з найважливіших показників ефективності виробництва. У ньому фокусуються у грошовому вираженні витрати матеріально-технічних, трудових та фінансових ресурсів у зв'язку з підготовкою, організацією, веденням виробництва та реалізацією продукції. Собівартість належить до вирішальних чинників, що впливають на прибуток підприємств і показники рентабельності.

Розглянемо структуру затрат понесених на виробництво 1 ц молока в сільськогосподарських підприємствах Тетіївського району Київської області (табл. 1).

З даної таблиці бачимо, що затрати понесені на виробництво молока з кожним роком зростають, це пов'язано зі зміною цін на товари та послуги, які необхідні підприємствам для їхньої безпосередньої господарської діяльності. Протягом досліджуваного періоду найбільшу частку в структурі затрат займають матеріальні затрати. В 2011р. матеріальні затрати займають 78,4% в структурі затрат, найбільшу питому вагу займають корми у 2008р. – 59,5%, а найменшу – 0,6% оплата робіт і послуг. Це зумовлено зміною цін на корми нафтопродукти оплату послуг і робіт сторонніх організацій та інші матеріальні витрати.

Заходи зниження собівартості виробництва 1 ц молока:

- зменшення обсягу витрат кормів з розрахунку на 1 ц молока;
- зменшення обсягу витрат концентрованих кормів з розрахунку на 1 ц молока;
- підвищення рівня оплати 1 люд. – год;
- зниження трудомісткості виробництва молока;
- зниження собівартості одиниці кормів;
- поглиблення рівня спеціалізації підприємств на виробництві молока.

1. Структура затрат понесених на виробництво 1ц молока в сільськогосподарських підприємствах Тетіївського району Київської області

Показник	2008 рік		2009 рік		2010 рік		2011 рік		Відхилення 2011р. від 2008 р. (+, -)	
	гр. н.	ма. ва	гр. н.	ма. ва	гр. н.	ма. ва	гр. н.	ма. ва	гр. н.	ма. ва
1. Затрати на оплату праці з відрахуваннями на соціальні заходи	32,3	19,8	28,5	14,2	33,6	13,8	44,3	15,7	12	-4,1
2. Матеріальні затрати – всього,	109,9	72,8	111,3	78,0	174,8	78,3	204,9	78,4	95	5,6
в т. ч:										
- корми	90,2	59,5	87,8	56,7	121,4	55,3	140,2	54,8	50	-4,7
• нафтопродукти	5,2	6,6	6,6	4,2	16,4	4,6	15,2	3,9	10	-2,7
• оплата послуг і робіт сторонніх організацій	1,4	0,6	2,6	1,4	7,3	3,2	10,0	3,9	8,6	3,3
• решта матеріальних витрат	13,0	6,6	14,3	7,1	29,6	13,8	39,4	15,7	26,4	9,1
3. Амортизація необоротних активів	5,3	3,3	5,6	3,5	6,9	3,2	5,3	1,9	0	-1,4
4. Решта інших прямих та загальновиробничих витрат	6,0	3,9	6,0	4,2	11,9	4,6	12,7	3,9	6,7	0
Всього витрат	153,5	100,0	151,4	100,0	227,2	100,0	267,2	100,0	113,7	5,7

Отже, провівши дослідження можна зробити **висновок**, що собівартість продукції як рослинництва, так і тваринництва потрібно знижувати.

Основними шляхами зниження собівартості одиниці сільськогосподарської продукції є:

- розвиток механізації та автоматизації виробництва, застосування нових машин і обладнання, підвищення ефективності використання основних засобів та зростання на цій основі продуктивності праці;
- зниження матеріаломісткості виробництва продукції шляхом впровадження ресурсо- та енергоощадних технологій;
- суворе дотримання режиму економії на всіх етапах виробничого процесу.

Потрібно терміново започаткувати роботи, спрямовані на відновлення молочного тваринництва на новій технологічній і технічній основі. Робота має виконуватися за двома напрямками:

- впровадження сучасних технологій виробництва молока шляхом реконструкції існуючих корівників;
- створення молочних ферм нового покоління, які за технологією виробництва, об'ємно-планувальними вирішеннями і технологічним рівнем відповідали б сучасним вимогам.

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**Т.О. ФІЛШОВА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

Фінансовий стан підприємства є чи не найважливішою характеристикою його господарської діяльності. Він визначає конкурентоздатність продукції підприємства і його бізнес-потенціал, та виступає гарантом ефективної реалізації економічних інтересів будь-яких учасників фінансових відносин. Саме аналіз фінансового стану підприємства з використанням як статистичних даних і показників його діяльності так і вивчення маркетингових позицій такого суб'єкта, дослідження резервів нарощування його виробничого потенціалу, можливостей розширення асортименту продукції, тощо є основою сучасного фінансового менеджменту.

Важливим напрямом покращення фінансового стану підприємства є прогнозування. Оперування різночасними даними та інформацією про можливі зміни фінансового стану дають змогу керівництву активно впливати на поліпшення результатів господарської і фінансової діяльності. Прогнози на майбутнє важливі також для акціонерів, що вклали кошти у статутний капітал підприємства, держателів облігацій, які випускає підприємство.

З метою поліпшення фінансового стану, підвищення ліквідності та платоспроможності, підприємству необхідно, враховуючи специфіку галузі та конкретні умови діяльності, розробити та здійснити комплекс заходів, спрямованих на досягнення прибутковості. Адже можливості оптимізації оборотного капіталу, скорочення капітальних вкладень, відстрочки платежів, тощо рано чи пізно вичерпаються. І лише стабільно зростаючий та достатньо високий рівень рентабельності надає підприємству реальні можливості по зміцненню свого фінансового становища та впевненого розвитку.

До конкретних заходів покращення фінансового стану можна віднести збільшення виручки від реалізації продукції, проведення реструктуризації активів, рефінансування дебіторської заборгованості, зниження собівартості продукції, та скорочення розмірів витрат, що покриваються за рахунок прибутку. Вдосконалення фінансового стану підприємства можливе шляхом підвищення результативності розміщення та використання ресурсів підприємства.

В той же час, необхідно зазначити, що більшість вітчизняних підприємств нині не мають змоги ефективно управляти своїм фінансовим станом. Причиною цього, в більшості випадків, є не фінансова криза, чи недосконале податкове законодавство, а відсутність на таких підприємствах служби фінансового менеджменту. Звичайно, фінансовий директор та обліково-економічна служба будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності намагаються забезпечити його ефективне функціонування. В той же час, вони фізично не мають можливості розробляти стратегічні завдання і тактичні кроки, які дозволили б забезпечити фінансову стабільність їх підприємству та конкурентні переваги його продукції на ринку. Тому, як засвідчили результати дослідження, створення служби фінансового менеджменту на будь-якому підприємстві нині є об'єктивною необхідністю.

Пропонована служба, крім фінансового директора, бухгалтерії та планово-економічного відділу повинна включати відділи контролінгу та фінансового контролю (рис. 1).



Рис. 1. Пропонована організаційна структура служби фінансового менеджменту на підприємстві

Варто зазначити, що в більшості підприємств, зокрема і на ПРАТ «Звенигородський сироробний комбінат», що є об'єктом дослідження моєї дипломної роботи, давно функціонують більшість підрозділів, які на нашу думку, повинні включатись до служби фінансового менеджменту на підприємстві. В той же час, в переважній більшості вітчизняних підприємств перелічені підрозділи не об'єднані в єдину службу фінансового менеджменту та в них відсутні відділи контролінгу, що, як показали результати дослідження, не дозволяє належним чином координувати діяльність всіх підрозділів підприємства з метою недопущення кризових явищ та кризових ситуацій, а також ефективного управління його фінансовим станом.

Висновки. Як засвідчує світова практика управління бізнесом, запровадження служби фінансового менеджменту поряд з іншими заходами дозволить в майбутньому будь-якому підприємству стабільно розвиватись та нарощувати свій потенціал, завойовувати ринки та збільшувати обсяги реалізації продукції

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ

**А.В. ФІЛІПЧУК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ШАЙКО О.Г.**

Відповідно до діючого законодавства, всі підприємства та організації, незалежно від форм власності та організаційно-правової форми, зобов'язані нараховувати і сплачувати внески на соціальне страхування.

Відповідно до Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування", єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – це консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб та членів їхніх сімей на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Платниками єдиного внеску є:

1) роботодавці: підприємства, установи та організації, інші юридичні особи, утворені відповідно до законодавства України, незалежно від форми власності, виду діяльності та господарювання, які використовують працю фізичних осіб на умовах трудового договору (контракту) або на інших умовах, передбачених законодавством, чи за цивільно-правовими договорами (крім цивільно-правового договору, укладеного з фізичною особою – підприємцем, якщо виконувані роботи (надавані послуги) відповідають видам діяльності, зазначеним у свідоцтві про державну реєстрацію її як підприємця), у тому числі філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи зазначених підприємств, установ і організацій, інших юридичних осіб, які мають окремий баланс і самостійно ведуть розрахунки із застрахованими особами;

2) застраховані особи (фізична особа, яка, відповідно до законодавства, підлягає загальнообов'язковому соціальному страхуванню і сплачує єдиний внесок);

3) інші платники.

Розміри єдиного внеску на соціальне страхування залежать від класу професійного ризику виробництва Єдиний соціальний внесок утримується із зарплати (виплат, які входять до фонду оплати праці) в розмірі 3,6%; з винагород за договорами за виконані роботи, надані послуги – 2,6%; з допомоги по тимчасовій втраті працездатності – 2%. Нарухування єдиного соціального внеску для роботодавців становлять від 36,76% до 49,7% залежно від класу професійного ризику виробництва. Для допомоги з тимчасової втрати працездатності нарахування єдиного соціального внеску становлять 33,2%. Бюджетні установи і організації сплачують єдиний внесок у розмірі 36,3% від фонду оплати праці.

Відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 та Інструкції про його застосування, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291, облік розрахунків за страхуванням ведеться на рахунку 65 "Розрахунки за страхуванням". На ньому обліковуються розрахунки за відрахуванням на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, за індивідуальним страхуванням персоналу підприємства, страхуванням майна та за іншими розрахунками зі страхування. За кредитом рахунка відображаються нараховані зобов'язання за страхуванням, а також одержані від органів страхування кошти, за дебетом – погашення заборгованості та витрачання коштів страхування на підприємстві.

Відповідно до змін внесених Наказом Мінфіну № 664 від 31.05.2011 року до Плану рахунків рахунок 65 "Розрахунки за страхуванням" має такі субрахунки:

651 "За розрахунками із загальнообов'язкового державного соціального страхування";

652 "За соціальним страхуванням";

654 "За індивідуальним страхуванням";

655 "За страхуванням майна".

Отже, як видно із внесених змін, було перейменовано 651 субрахунок у відповідності до чинного законодавства та вилучено субрахунок 653. У новій редакції на субрахунок 651 "За розрахунками із загальнообов'язкового державного соціального страхування" ведеться облік розрахунків за єдиним внеском на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Згідно Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291, рахунок 65 "Розрахунки за страхуванням" кореспондує:

за дебетом з кредитом рахунків 30, 31, 36, 37, 50, 51, 55, 62, 64, 60, 66, 68, 74,

за кредитом – з дебетом рахунків 15, 23, 24, 31, 39, 47, 64, 66, 68, 70, 82, 84, 85, 91, 92, 93, 94, 97, 99.

Провівши аналіз кореспондуючих рахунків, запропонованих Інструкцією № 291, Сафронова Т.А. дійшла **висновку**, що потребує дослідження бухгалтерське проведення дебет рахунка 65 "Розрахунки за страхуванням" кредит 64 "Розрахунки за податками і платежами", оскільки, податкове законодавство не дає чіткого визначення можливості здійснення такого виду господарської операції. Дискусійним є бухгалтерське проведення: дебет рахунка 64 "Розрахунки за податками і платежами" кредит рахунка 65 "Розрахунки за страхуванням". Така кореспонденція також передбачена Інструкцією № 291. На думку автора, є неможливим нарахування страхових платежів за рахунок податків.

СУТНІСТЬ ТА УМОВИ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ

**О. ХАРАХОРДІНА, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ВЛАСЮК С.А.**

В Україні більшість населення не спроможна купувати товари тривалого користування за рахунок поточних доходів. У сучасних умовах ринкової економіки є актуальним вироблення концепції розвитку споживчого кредитування в Україні. Перебіг кредитного процесу в Україні супроводжується численними проблемами. Йдеться не тільки про вдосконалення техніки кредитування і розширення видів кредитних послуг, а також про вироблення комплексу нових принципів, що дадуть можливість спростити і поліпшити якість стосунків банків із фізичними особами.

Об'єктом кредитування може бути практично будь-який предмет споживання (товар або послуга). Кредитують купівлю житла, побутової і оргтехніки, автомобілів, оплату навчання, відпочинку, лікування, проведення ремонту квартир і будинків. Економічною мовою, споживчий кредит – це кредит, який надається тільки в національній валюті фізичним особам – резидентам України на придбання споживчих товарів тривалого користування та послуг і повертається в розстрочення, якщо інше не передбачено умовами кредитного договору. Споживчий кредит – це кредит, який видається фізичній особі на її власні потреби.

Великі перспективи сьогодні покладаються на бюро кредитних історій. Вони в Україні починають розвиватися й оцінити їх ефективність можна буде через два-три роки. Багато банків не поспішають ділитися інформацією про власних клієнтів один з одним, утворюючи власні бюро, хоча варто відзначити, що дружні між собою банки давно ведуть обмін відомостями.

До позитивних сторін споживчого кредитування на торгівельних точках можна віднести: отримання банками стабільно високого прибутку; збільшення обсягу продажів торгівельними організаціями і автосалонами; збільшення купівельної платоспроможності; збільшення клієнтської бази як для банків, так і для торгівельних організацій.

До негативних: підвищені ризики безповоротності грошових коштів для банків; значні переплати за товар, який купує клієнт.

Комплексна реалізація програм споживчого кредитування несе для економіки країни більше позитивних тенденцій, ніж негативних. Збереження споживчого кредитування на даному етапі є вельми проблематично. Наступним етапом (який почав реалізовуватися вже зараз) стане нецільове кредитування за допомогою пластикових карток. Зараз форми подібного кредитування існують, проте не вельми популярні. Перш за все це пов'язано з нерозвиненістю інфраструктури ухвалення пластикових карток до оплати (невелика кількість POS-терміналів, імпринтерів, банкоматів). А по-друге, для отримання подібних кредитів банки вимагають із позичальників додаткові підтвердження платоспроможності.

У перспективі в Україні банківський роздрібний напрям трансформується в три основні напрями: кредитування на пластикові картки; автокредитування; іпотечне кредитування.

Минулий рік на ринку споживчого кредитування запам'ятався великими цифрами і бурхливим зростанням. Кількість банків-кредиторів готівкою зросла майже на 80%, а число кредитних програм – удвічі. Середньоринкова вартість беззаставних кредитів збільшилася, деякі з них подорожчали майже в півтора рази.

Другий рік поспіль двигуном прогресу на ринку кредитування фізичних осіб залишається сегмент споживчого кредитування.

Найбільш вагома подія кредитування в 2012 році – це активний розвиток напрямку споживчого беззаставного кредитування. В умовах відсутності джерел довгострокового фінансування розвиток саме такого виду кредитування є найбільш цікавим для банків. Ними є насамперед кешеві позики і кредитні картки. Попри більший ризик під час надання цих кредитів (вони, на відміну від заставних, не забезпечені іпотекою або рухомим майном), фінустанови активно їх розвивають, оскільки вони є високодохідними для банку і видаються на короткі терміни.

З 2011 року кількість банків на ринку споживчого кредитування зростає ударними темпами. Щодо готівкових кредитів, то вони в 2012 році показали найбільший розвиток від 2009 року, продаж готівки вдвічі бив рекорди за останні три роки. Наприкінці року майже не залишилося банків, які б не видавали кредити готівкою. Навіть якщо банки не надавали позики готівкою, то вони почали працювати за агентською схемою, видаючи готівку інших установ, отримуючи за це комісійну винагороду. Таких банків уже більше 15-ти.

Так, якщо за 2011 рік кількість фінансових установ, що пропонують беззаставні кредити готівкою, зросла з 7 до 14, то за минулий рік вона збільшилася на 11 установ – з 14 до 25.

Середні реальні ставки за беззаставними споживчими кредитами на 1-3 роки повільно, але впевнено збільшувалися упродовж року. За дослідженням компанії «Простобанк

Консалтинг», найбільше зросла середньоринкова вартість однорічних кредитів – на 7,7 в. п., з 50,1% до 57,8% реальних річних. Трохи менше піднялися в ціні дворічні кредити – на 5,2 в. п., з 51,5% до 56,7% річних. найдешевшими за показником середньоринкової річної ставки виявилися трирічні кредитні програми: середня реальна ставка за ними зросла на 3 в. п., з 53,3% до 56,3% річних.

Щодо середніх реальних ставок за п'ятирічними беззаставними позиками, то вони досягли максимуму за останні два роки, перейшовши рубікон у 50% реальних річних, який ще в 2011 році здавався недосяжним. Тоді, за дослідженням компанії «Простобанк Консалтинг», середня ставка за кредитами на п'ять років становила 22-24% річних.

Для розвитку цих програм банкам необхідно: зниження процентних ставок, як чинник підвищення попиту; страхування фінансових ризиків під можливі втрати; створення кредитних бюро на всій території України; розвиток технологій банківської інфраструктури.

Тенденція розвитку споживчого ринку України однозначна: кредити стануть доступнішими, зручнішими і вигіднішими. Банки будуть зацікавлені в довготерміновому співробітництві, установленні стабільних і лояльних відносин зі своїми позичальниками.

РИНОК МОЛОКА І НАПРЯМКИ ЙОГО НАПОВНЕННЯ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЙВОРОНСЬКОГО РАЙОНУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Ю.О. ЦАРЬОВА, студ. V курсу студ. V курсу
факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ТКАЧУК С.П.**

В агропромисловому комплексі України однією з пріоритетних галузей сільськогосподарського виробництва являється молочне тваринництво та молокопереробна промисловість. Значимість молока і молочних продуктів в забезпеченні продовольчої безпеки країни, роль і значення молочного скотарства в системі сільського господарства та вирішенні соціальних і економічних проблем на селі вимагає не тільки теоретичного обґрунтування подальшого їх розвитку, але й практичних кроків щодо реалізації стратегії формулювання ринку молочних продуктів з урахуванням світового досвіду та вітчизняних реалій [4].

Нестабільність на продовольчому ринку України, значне зростання цін на продукти харчування і матеріальні ресурси для села, нестабільність у виробництві сільськогосподарської продукції свідчать про вплив наслідків економічної кризи. Сьогодні більше половини населення споживає значно менше молокопродуктів від встановлених медициною фізіологічних норм. Це пояснюється в основному низькою ефективністю виробництва й переробки молока, а також низьким рівнем купівельної спроможності споживачів. Не є виключенням і Кіровоградська область, зокрема Гайворонський район.

Поголів'я корів, їх продуктивність та валовий надій молока в сільськогосподарських підприємствах району представлено у таблиці 1.

1. Поголів'я тварин, продуктивність та валовий вихід продукції в сільськогосподарських підприємств Гайворонського району Кіровоградської області

Показники	Роки					Відхилення 2011 р. від 2007 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	
Поголів'я тварин, гол	848	706	754	621	620	-228
Надій молока на 1 середньорічну корову, кг	2717,6	3090,1	2989,4	4225,2	3578,7	+861,1
Валовий надій молока, ц	23045,0	21816,0	22540,3	26238,2	22188,0	-857,0

Поголів'я тварин в сільськогосподарських підприємствах району скоротилось на 228 голів, такі зміни відбуваються за рахунок того, що на вирощування тварин потрібно багато коштів, а прибуток не завжди може покрити повну собівартість продукції. Надій молока на 1 середньорічну корову в 2011 році порівняно з 2007 збільшився майже удвічі. Таких результатів було досягнуто завдяки збалансованій кормовій базі. Валовий надій молока в 2011 році зменшився на 857,0 ц. Зменшення даного показника відбувається за рахунок зменшення поголів'я корів, та лактаційного періоду.

В одному з кращих підприємств району по виробництву молока ПСП «Нива» у 2011 році поголів'я корів складало 242, надій молока на 1 корову – 3892,6 кг, а прибуток на 1 середньорічну корові склав 4910,3 грн.

2. Економічна ефективність виробництва молока в сільськогосподарських підприємств Гайворонського району Кіровоградської області

Показники	Роки					Краще підприємство ПСП «Нива» 2011 р.	Краще підприємство до підприємств району
	2007	2008	2009	2010	2011		
Середньорічне поголів'я ВРХ, гол	1402	1422	1390	1173	1267	359	-908
Повна собівартість, тис.грн	2225,1	2189,3	3293,9	4426,0	4271,0	1428,7	-2842,3
Одержано прибутку в тваринництві, тис.грн	-1058,1	99,8	-1374,9	-1127,3	-109,2	647,0	+537,8
В т.ч. від реалізації молока, тис.грн	-	1000,8	51,2	1493,5	1719,2	1188,3	-530,9
Реалізовано молока,ц	-	18579,0	19932,0	23453,0	19715,0	8770,0	-10945,0
Щільність поголів'я корів на 100 га с.-г. угідь, у.м. гол.	5	4	5	4	4	14	+10
Надій молока на 1 середньорічну корову, кг	2717,6	3090,1	2989,4	4225,2	3578,7	3892,6	+313,9
Виробництво молока на 100 га с.-г. угідь, ц	146,2	135,3	139,8	162,7	149,4	530,3	+380,9
Повна собівартість 1 ц молока, грн.	-	117,8	165,3	188,7	216,6	162,9	-53,7
Фактична ціна 1 ц, грн	-	171,7	167,8	252,4	303,8	298,4	-5,4
Прибуток на 1 ц, грн	-	53,9	2,6	63,7	87,2	135,5	+48,3
Рівень товарності, %	-	85,2	88,4	89,4	88,9	93,1	+4,2
Прибуток на 1 середньорічну корову, грн	-	1417,6	67,9	2405,0	2772,9	4910,3	+2137,4
Рентабельність виробництва молока, %	-	45,7	1,6	33,7	40,3	83,2	+42,9

Економічна ефективність виробництва молока в Гайворонського району Кіровоградської області приведено в таблиці 2.

Надій молока на 1 середньорічну корову підвищився на 861,1 кг. Якщо порівнювати продуктивність в районі і кращому підприємстві продуктивність корів в ПСП «Нива» є вищим на 313,9 кг у 2011 році. Виробництво молока на 100 га с.-г. угідь по району в 2011 році збільшилось порівняно з 2007 роком на 3,2 ц., це відбулось за рахунок скорочення поголів'я корів, в ПСП «Нива» даний показник у 2011 році збільшився порівняно з підприємствами району у 2011 році на 380,9 ц. На це вплинуло в першу чергу збільшення поголів'я і продуктивності корів, покращення племінної роботи, кормової база. Що

стосується ціни вона в підприємствах району в 2011 році збільшилась на 132,1 грн. порівняно з 2007 роком, а прибуток на 1 ц підвищився на 33,3 грн. Якщо ж порівнювати показники ПСП «Нива» з підприємствами району то, ціна реалізації 1 ц молока зменшилась на 5,4 грн. У 2011 році, прибуток на 1 ц молока підвищився на 48,3 грн. порівняно з поточним роком, ніж в підприємствах району. І хоча ціна менша від ціни по району прибуток на 1 ц молока в кращому господарстві значно більший (на 48,3 грн).

Основний показник який характеризує ефективність виробництва молока є прибуток на 1 середньорічну корову, який у 2011 році порівняно з 2007 роком зріс на 1355,3 грн. по підприємствах району; в ПСП «Нива» даний показник більший на 2137,4 грн. Тому, що собівартість продукції в ПСП «Нива» зростала меншими темпами ніж у підприємствах по району. Відповідно рівень рентабельності у кращому підприємстві вищий і становить 83,2%, ніж у сільськогосподарських підприємствах району. На рівень рентабельності впливає: прибуток, ціна реалізації, кількість реалізованої продукції, собівартість продукції.

Ще один основний показник, який характеризує використання землі є щільність поголів'я корів на 100 на с.-г. угідь по підприємствах району є досить низькою (4 ум. гол.), так як у ПСП «Нива» даний показник у 2011 році становить 14 умовних голів. Такий показник у ПСП «Нива» на даний час є достатньо високим так, як за даними статистичного щорічника в 2002 році щільність поголів'я корів становила 11 голів по Україні. Але якщо взяти до уваги дані 1990 року коли в середньому щільність поголів'я корів в середньому становила 22 умовних голови, можемо сказати, що дані по Україні та в ПСП «Нива» значно знизилась. Такі зміни відбулись за рахунок зменшення площ с.-г. угідь та зменшення поголів'я тварин. Рівень товарності молока в сільськогосподарських підприємствах Гайворонського району становить 88,9%, значною мірою впливає на прибуток тому, що чим більшу кількість продукції реалізує підприємство і по вищій ціні, тим більший прибуток отримає.

На ефективність виробництва молока дуже суттєво впливає система годівлі та кормо забезпечення. Від організації годівлі залежить продуктивність молочного стада. У структурі собівартості виробництва молока на корми припадає 50-75%, тому їх здешевлення за рахунок удосконалення організації кормо забезпечення дасть змогу отримати відчутний економічний ефект. Це можливо досягти за рахунок удосконалення раціонів та ефективної системи кормовиробництва. Перше досягається завдяки оптимізації та збалансуванню раціону за поживними речовинами. Друге – за рахунок використання таких кормових культур та сумішей, які б забезпечували максимальну енергетичну цінність для худоби. В умовах подорожчання паливно-мастильних матеріалів їх економічне використання суттєво впливає на ефективність виробництва як кормів, так і молока. В молочному скотарстві це можливо за рахунок утримання тварин на пасовищах.

Всім підприємствам молочної галузі необхідно в ринкових умовах завойовувати нових споживачів за рахунок поліпшення споживчих властивостей, підвищення якості, провадження гнучкої цінової політики, розширення асортименту та інших маркетингових механізмів. Для цього необхідно проводити модернізацію технологій виробництва та переробки, удосконалювати організацію виробництва, запроваджувати економічні та безвідходні технології, розробити адаптовану до сучасних вимог програму підтримки молока продуктового під комплексу [1].

Отже, виробництво молока в районі є прибутковим і становить 2772,9 грн. на 1 середньорічну корову, але він нижчий на 2137,4 грн. ніж у ПСП «Нива». На це вплинуло: продуктивність корів, ціна реалізації, рівень товарності. Рівень товарності суттєво впливає на прибуток тому, що чим більше продукції підприємство буде виробляти і реалізовувати по високій ціні, тим більший буде прибуток.

Отже, для досягнення позитивних зрушень в галузі молочного скотарства необхідно постійно здійснювати моніторинг одержання обсягу реалізованого молока згідно зазначених контрактів та дотримання його якості, що позитивно впливатиме на ціну реалізації, а відтак і на суму прибутку[3].

В майбутньому має існувати концепція оптимального рівня рентабельності виробництва. Це сприятиме зацікавленню товаровиробників в результатах своєї праці.

Список використаних джерел:

1. Ткачук С.П. Функціонування регіонального ринку молока. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2009. – 232с.
2. Догошев А. В. Проблема підвищення економічної ефективності виробництва молока // Стабілізація аграрного виробництва в ринкових умовах. – Самарська ВГСХА. – Самара, 2001. – С. 57-59.
3. Шиян В. Й. Концептуальні засади моделювання підприємства в АПК / В. Й. Шиян, Д. В. Шиян // Соціально-економічна модель постреформованого розвитку агропромислового виробництва в Україні. — К.: ІАЕ УААН, 2000. — С. 113 — 115.
4. Пархомиць М. К. Економічний механізм розвитку молоко–продуктового комплексу АПК західного регіону України / М. К. Пархомиць. — Тернопіль: Економічна думка, 2010. — 328 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

**Л.І. ЦИЛЮРИК, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач БОНДАРЕНКО Н.В**

Необхідність реформування пенсійного забезпечення викликано низкою об'єктивних факторів: економічних, демографічних, соціально-політичних. Сьогодні ця проблема особливо актуальна в багатьох країнах світу, незалежно від рівня економічного розвитку, що обумовлено старінням населення, зміною його вікової структури, ускладненням економічної ситуації. Але розв'язувати її потрібно ретельно зваживши всі фактори та можливості як держави, та і її громадян. При цьому необхідно враховувати національні традиції та менталітет людей.

Забезпечення соціального захисту громадян – одна з основних функцій держави. Рівень соціального захисту, і, в першу чергу, рівень їх пенсійного забезпечення залежить від стану національної економіки та державного регулювання соціальних процесів. Забезпечення соціального захисту населення реалізується через систему соціального страхування та виплату соціальної допомоги з бюджету держави.

Україною обрано шлях поступового запровадження трирівневої пенсійної системи: солідарна система, загальнообов'язкова накопичувальна система, добровільна недержавна система пенсійних заощаджень.

Необхідність реформування пенсійного забезпечення викликано низкою об'єктивних факторів: економічних, демографічних, соціально-політичних. Сьогодні ця проблема особливо актуальна в багатьох країнах світу, незалежно від рівня економічного розвитку, що обумовлено старінням населення, зміною його вікової структури, ускладненням економічної ситуації. Але розв'язувати її потрібно ретельно зваживши всі фактори та можливості як держави, та і її громадян. При цьому необхідно враховувати національні традиції та менталітет людей.

Сучасний стан діючої пенсійної системи в Україні потребує невідкладного реформування. Внаслідок підписання Президентом України 09.09.2011 року законопроекту «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи» ця тема стала актуальною, як ніколи. На теперішній час в Україні активно діє реформа пенсійної системи, яка повинна виконувати обов'язки по забезпеченню працездатного населення.

Основними завданнями пенсійної реформи є:

1. Підвищити рівень життя пенсіонерів – пенсійний вік для жінок, народжених після 1 березня 1961 року, підвищено з 55 до 60 років;
2. Встановити залежність розмірів пенсій від величини заробітку і трудового стажу – стаж, необхідний для призначення мінімальної пенсії за віком буде підвищений для чоловіків з 25 до 35 років, для жінок – з 20 до 30 років;
3. Забезпечити фінансову стабільність пенсійної системи;

4. Заохотити громадян до заощадження коштів на старість – частина обов'язкових внесків до пенсійної системи накопичуватиметься у єдиному Накопичувальному фонді та обліковуватиметься на індивідуальних накопичувальних пенсійних рахунках громадян, які сплачуватимуть такі внески;

5. Створити ефективнішу та більш гнучку систему адміністративного управління пенсійного забезпечення.

Пенсійна реформа має як негативні, так і позитивні сторони. Негативними наслідками пенсійної реформи є те, що вона супроводжується соціальними протестами і не менш важливим є збільшення пенсійного віку. Воно призведе до росту безробіття, внаслідок чого, молодь отримуватиме менше пропозицій робочих місць. Крім того, безробіття стосуватиметься і людей літнього віку, особливо жінок, старших 50-ти – не маючи офіційної роботи протягом кількох років перед своїм 60-літтям, вони отримуватимуть мінімальну пенсію.

Підвищення пенсійного віку для жінок – це значний негатив, тому що статистичні дані свідчать, що середня тривалість життя жінок в Україні становить станом на 2011 рік 78,4 років. Відповідно підвищення пенсійного віку призведе до того, що жінки будуть йти на пенсію за інвалідності раніше, або просто не будуть доживати до пенсії.

Не зважаючи на певні зрушення в здійсненні пенсійної реформи, ряд невідкладних проблем потребують свого вирішення. Зокрема, необхідно створити рівні можливості для пенсійного забезпечення громадян незалежно від сфери їх зайнятості та виду діяльності; із-за загострення демографічної ситуації та з урахуванням стану бюджету Пенсійного фонду, є необхідність прискорити запровадження загальнообов'язкової накопичувальної пенсійної системи, а відповідно, сприяти повноцінному функціонуванню пенсійної системи.

Необхідно забезпечити соціальний захист громадян України, які працюють за кордоном, у разі настання страхового випадку. А також здійснити заходи щодо скорочення пільг по сплаті внесків до Пенсійного фонду, не допускаючи при цьому запровадження нових пільг у виплаті пенсій без визначення джерел їх фінансування.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТА ФІНАНСУВАННЯ ВИТРАТ ВІТЧИЗНЯНИХ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

**С.А. ЧЕКАЛЮК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент БОРОВИК П.М.**

Аналіз виконання місцевих бюджетів, проведений нами на прикладі бюджету міста Тальне Черкаської області, продемонстрував, що фінансово-економічна криза спричинила скорочення основних видів доходів місцевих бюджетів в Україні, в тому числі і бюджету м. Тальне.

Зокрема в 2012 р. до бюджету міста за даними управління державної казначейської служби в Тальнівському районі надійшло власних доходів майже на 3 млн. грн. менше, ніж у 2011 р.

Суттєве скорочення розмірів доходів міського бюджету відбулось насамперед за рахунок зменшення мобілізованих сум плати за користування надрами, що відбулось внаслідок зниження обсягів виробництва продукції ЗАТ «Тальнівський щебзавод».

В той же час, бюджет в 2012 р. недоотримує, порівняно з минулим роком значні за розміром трансферти, що зумовлене недостатнім рівнем доходів як державного бюджету України, так і вищестоящих місцевих бюджетів.

Це засвідчує, що місцеві органи влади не володіють достатніми власними фінансовими ресурсами, необхідними їм для виконання своїх функцій Це зумовлено наступними причинами:

- значним рівнем перерозподілу бюджетних ресурсів на користь державного бюджету, що суттєво знижує фінансові можливості муніципалітетів;

- домінуючою роллю регулюючих доходів (трансфертів) у структурі надходжень бюджетів муніципалітетів та низькою часткою закріплених за місцевими територіями податкових платежів;

- залежністю розмірів трансфертів не від потреб місцевих громад, а від сум регульованих їх доходів;

- фінансуванням видатків від вищестоящих бюджетів до бюджетів нижчих рівнів.

Як свідчать дані звіту про виконання бюджету, наведені в таблиці 1, основними напрямками витрачання коштів бюджету м. Тальне в 2012 році були соціальний захист та соціальне забезпечення населення, фінансування потреб місцевої економіки та соціально-культурної сфери. На ці заходи спрямовується близько 95% всіх видатків міського бюджету.

1. Видатки бюджету м. Тальне в 2012 році за видами, тис. грн*

Напрями видатків	Потреби в фінансових ресурсах згідно з поданими бюджетними запитами	Фактичні витрати бюджетних установ згідно з затвердженим бюджетом	Розбіжності (+; -)
Соціальний захист	316	281	-35
Соціальне забезпечення	111	102	-9
Видатки на економічну діяльність	153	101	-52
Соціально-культурні заходи	6342,8	6230,8	-112
Освіта	1007	1007	-
Засоби масової інформації, культура і мистецтво	104	76	-28
Охорона здоров'я	591	591	-
Молодіжні програми, фізична культурна і спорт	4	2	-2
Потреби місцевої влади	282	254	-28
Інші видатки	29	25	-4
Всього видатків	9269,8	8669,8	-270

*За даними УДКС в Тальнівському районі Черкаської області.

Важливо відзначити, що видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення не фінансувались в повній мірі за рахунок коштів бюджету м. Тальне з тієї причини, що в бюджеті не було достатньо власних фінансових ресурсів. Основними причинами цього є те що нині в Україні остаточно не розмежовані повноваження щодо здійснення фінансування установ соціальної сфери між місцевим самоврядуванням та державою а також недостатній рівень власної фінансової бази місцевих бюджетів, що не дозволяє їм належним чином виконувати їх функції і завдання, в тому числі і стосовно фінансування соціально-культурних закладів, що розміщені на місцевих територіях.

Звичайно місцеві бюджети наразі отримують значні обсяги міжбюджетних трансфертів, що дозволяє їм якось зводити кінці з кінцями, проте як свідчать результати окремих досліджень, в структурі їх трансфертних надходжень наразі переважають субвенції, які суттєво обмежують права місцевих органів влади стосовно розпорядження фінансовими ресурсами.

Висновки. Результати аналізу формування доходів та фінансування витрат місцевих бюджетів базового рівня дають можливість запропонувати такі напрями їх вдосконалення:

- вдосконалення розподілу податкових платежів між ланками бюджетної системи залежно від виконуваних ними функцій, що дозволило б муніципалітетам фінансувати до 60-80% власних потреб переважно за рахунок власних джерел надходжень;

- вдосконалення механізму міжбюджетного фінансового вирівнювання шляхом створення спеціальних бюджетних фондів для окремих територій та визначення нормативів

бюджетної забезпеченості кожної області, району, міста з врахуванням економічного, соціального, природного та екологічного їх стану;

- чіткий розподіл повноважень щодо фінансування бюджетних установ і закладів між бюджетами всіх рівнів;

- реформування джерел доходів місцевих бюджетів таким чином, щоб вони формувались переважним чином за рахунок власних надходжень, в структурі яких, на наше переконання, повинні переважати місцеві податки і збори;

- перевага у виборі форм фінансової допомоги повинна надаватись дотаціям, які не обмежують фінансової свободи місцевих громад.

На наше переконання, зазначені заходи дозволять вирішити значну частину проблем вітчизняних місцевих бюджетів.

МАРКЕТИНГ ЗЕРНА КРУП'ЯНИХ КУЛЬТУР В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**А.А. ЧЕРНЕГА, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ХАРЕНКО А.О.**

На всіх етапах розвитку суспільства проблема збільшення виробництва зерна належала до числа злободенних та актуальних питань аграрної політики, оскільки від рівня її розв'язання багато в чому залежить, зокрема, розвиток всіх тваринницьких галузей, а в кінцевому підсумку – подолання продовольчої кризи в країні.

Виробництво продукції круп'яних культур – це один із важливих видів діяльності в сільському господарстві. Продукти переробки даної продукції – крупа гречана і пшоно – є цінними дієтичними продуктами харчування. Так, гречка – цінна продовольча культура, яка містить 70-80% крохмалю, 10-12% легкозасвоюваного білку, корисні органічні кислоти, багато вітамінів, мінеральні солі й глікозид (рутин), що має лікувальні властивості. За фізіологічною цінністю білки гречаної крупі близькі до білків курячого яйця і коров'ячого молока. За складом і структурою амінокислот гречану кашу дієтологи порівнюють з м'ясом. Гречка також є цінний медонос. З одного гектара її посіву бджоли можуть зібрати до 60-100 кг меду. Зерно проса використовують для виготовлення крупі (пшоно) і годівлі птиці. Зелена маса, полова й солома проса є добрим кормом для худоби і овець. У зерні проса багато білку, крохмалю, мало клітковини.

Актуальність організації і управління ринковою діяльністю підприємств АПК зростає в зв'язку із загостренням конкуренції на аграрному ринку як з боку вітчизняних, так і з боку зарубіжних товаровиробників. Процес виробництва сільськогосподарської продукції триває місяці, тому на етапі визначення виробничої програми аграрного підприємства дуже важко вчасно реагувати на зміни попиту споживачів та підвищувати конкурентноздатність товару в рамках уже сформованих схем виробництва на ринках. Маркетинг є основою кращої організації виробництва, посилення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта на ринку, формування його іміджу в соціально-економічному середовищі. У свою чергу основою маркетингу є постійний та системний аналіз ринку, передусім клієнтів і конкурентів, що дозволяє підприємствам розробляти ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів продукції, надаючи при цьому підприємствам певних конкурентних переваг.

Посівні площі круп'яних культур в сільськогосподарських підприємствах Черкаської області, на протязі 2007-2011 років, постійно змінювались. Так, під гречкою вони зменшилися на 15,7%, а під просом навпаки зросли на 53,0%. Основні їх масиви сконцентровані в Жашківському, Катеринопільському, Тальнівському, Уманьському, Чорнобаївському та Шполянському районах регіону. Протягом досліджуваного періоду урожайність культур мала тенденцію до зростання (щодо гречки – на 58,8%, проса – 2,3 р.), що в свою чергу дало можливість зберегти стабільний рівень валових зборів гречки та

наростити об'єми виробництва проса в 3,7 рази. Зростання обсягів виробництва круп'яних культур пов'язане із концентрацією посівних площ. За такої тенденції складаються сприятливі умови для досягнення найбільш раціональних розмірів земельного клину під гречкою і просом, підвищення урожайності культур. Так, в сучасних умовах господарювання в Черкаській області, спостерігається тенденція – чим більше площа тим більше виробляється продукції на одиницю відповідної площі, а отже зростає ефективність її використання. До господарств, що мають площу круп'яних культур понад 150 га належать наступні: ДП «Ілліч-агро Умань», ДП «АФ «Байс-агро», ТОВ «Агровіт» Уманського району; ПСП «Глорія» і ТОВ «Оберіг» Жашківського; ПСП «Хлібороб» і ТОВ «Агрофірма «Зоря» Катеринопільського; ПАТ «НВФ «Урожай» і СТОВ «Злагода» Корсунь-Шевченківського; ДГ «Черкаське» Смілянського; ВАТ «Промінь» Тальнівського та СВК «Зоря» Христинівського. Проте, розглядаючи економічну ефективність господарської діяльності сільськогосподарських підприємств щодо круп'яних культур, слід відмітити, що в сучасних умовах, найвищий ефект одержують господарства з площею посіву в межах від 50 до 100 га.

Основним каналом реалізації круп'яних культур є комерційні організації, які купують їх здебільшого для подальшої переробки та продажу у вигляді крупи. Незначна частка збіжжя збувається на ринку і в рахунок орендної плати. Рівень цін на продукцію коливається в залежності від каналу збуту. Обсяги продажу продукції через біржі практично не відбувається, оскільки, на нашу думку, даний канал унеможлиблює шахрайство з боку керівників, які за умови реалізації продукції іншими каналами привласнюють частину виручки. В подальшому підприємства повинні орієнтуватися на нього, оскільки він дасть змогу зробити прозорими операції зі збуту продукції та запропонувати найкращу ціну.

Позитивно на розвиток галузі впливатиме запровадження маркетингового стратегічного планування, що дасть можливість підприємствам враховувати наступні чинники, які впливають на вибір каналу руху продукції: спосіб придбання продукції, можливі об'єми закупівель, кваліфікацію кадрів, що проводять закупівлі, рівень пропонуваніх цін, запити оптовиків і роздрібних торговців відносно тари і упаковки, а також наявність ринкової інформації про продукцію, що реалізовується.

Крім того, з метою підвищення економічної ефективності галузі, на нашу думку, підприємствам слід широко використовувати прямий канал збуту продукції, тобто працювати напряму із роздрібними торговцями та кінцевими споживачами. Для цього господарствам необхідно організувати переробку насіння культур у крупу на своїй базі. Звичайно це потребує значних витрат, тому останнім доцільно об'єднуватися в обслуговуючі кооперативи, утворюючи їх на умовах дольової участі. Такий підхід дасть можливість підприємствам успішно працювати на регіональному ринку та отримувати справедливую ціну.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ В ПП «ОРІЄНТИР-АГРО-Б» УМАНЬСЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**О.О. ЧОРНА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: доцент ШЕВЧЕНКО Н.О.**

Як надійний будинок не можна уявити без фундаменту, так і правильно проведеної інвентаризації з достовірними результатами не існує без клопіткої роботи над її організацією.

Інвентаризація – процес, що дозволяє встановити фактичну наявність та стан майна (основні засоби, нематеріальні цінності, товарно-матеріальні цінності, кошти) і зобов'язань, а також достовірність відомостей про них в обліку підприємства. Виявити нестачу або надлишок цінностей, пересвідчитися в дотриманні умов та порядку їхнього збереження, перевірити реальність вартості майна на момент проведення інвентаризації – усе до снаги лише цьому дійству.

Дослідження теоретичних та практичних засад інвентаризації знайшли висвітлення у наукових працях багатьох вчених, серед яких Бардаш С. В., Бутинець Ф. Ф., Калюга Є. В., Кужельний М. В., Сук Л. К., Швець В. Г. та інші.

Ще у 1958 році, Перков М. Ф. відмічав: «Успішність проведення інвентаризації багато в чому залежить від того, як вона організована. В інвентаризації на великому підприємстві зайнята велика кількість людей: члени інвентаризаційної комісії, посадові та матеріально-відповідальні особи, обліковці та інші особи. Направити діяльність цих людей в потрібному напрямку так, щоб вся робота була проведена у встановленні строки і з високою якістю, – велика і вдячна задача». Людина, яка проводить інвентаризацію, або здійснює контроль за її проведенням, повинна бути чесною, справедливою, принциповою. Знайти таких людей – це сьогодні велика проблема.

Досить актуальним і практично не дослідженим питанням є визначення ефективності і ефекту від проведення інвентаризації. Неякісне виконання будь-якої інвентаризаційної процедури унеможливує одержання ефекту від проведення інвентаризації. Ефективність інвентаризаційної роботи залежить від контролю за її своєчасним і якісним проведенням. Даному питанню на ПП "Орієнтир-Агро-Б" не приділяється належна увага, керівник та головний бухгалтер недооцінюють важливість її здійснення та проводять інвентаризацію лише в тому випадку, коли її неможливо уникнути.

Вивчення практики проведення інвентаризації на підприємстві виявило недосконалість документального забезпечення інвентаризаційної роботи.

Практика показує, що чинна форма відомості результатів інвентаризації має недоліки, які знижують оперативність виведення результатів. Так, зокрема, форма не дає змоги відобразити результати пересортиці, суму природного убутку та остаточні результати. Тому на практиці при визначенні результатів інвентаризації доводиться складати додаткові порівнювальні відомості, робити залік пересортиць, визначати природний убуток, що ускладнює процедуру отримання результатів інвентаризації. Для вдосконалення методики виведення результатів інвентаризації доцільно доповнити чинні порівнювальні відомості тим, щоб можна було в одному формулярі визначати попередні результати, робити залік пересортиць і виводити остаточні результати інвентаризації. Це скоротить час на виведення результатів, поліпшить наочність відомостей і відображених у них результатів. Тільки за допомогою інвентаризації можна впевнитись, що облік ведеться достовірно.

На успіх інвентаризації в основному впливають такі чинники: правильність рішення керівника щодо проведення інвентаризації; підбір кадрів, які здатні втілювати в життя рішення власника, щодо об'єктивного проведення інвентаризації; контроль виконання – під яким розуміють постійний, груповий аналіз процесу і результатів роботи членів інвентаризаційної комісії.

Для удосконалення порядку проведення інвентаризації необхідно дотримуватись наступних принципів: раптовості, своєчасності, співставленості, точності, плановості, безперервності, об'єктивності, обов'язковості, повноти охоплення об'єктів, гласності, оперативності, ефективності, економічності, доцільності юридичного значення та оцінки результатів, матеріальної відповідальності.

Удосконалення методики проведення інвентаризації має спрямовуватися на підвищення їх якості. А для цього ПП "Орієнтир-Агро-Б" необхідно сконцентрувати увагу на:

- забезпеченні раптовості проведення інвентаризації, щоб не дати можливості матеріально відповідальним особам підготуватися до неї і приховати можливі нестачі та розтрати;

- ретельному доборі членів інвентаризаційної комісії з огляду на те, що одна й та сама особа не може очолювати робочу комісію в тих самих матеріально відповідальних осіб два роки поспіль;

- дотриманні послідовності процесу проведення інвентаризації, опломбування приміщень, підвалів та інших місць зберігання цінностей, що мають окремі входи і виходи, перевірки правильності роботи ваговимірюваних приладів, одержання розписки, узятої у

матеріально відповідальної особи з підписом про те, що до початку інвентаризації всі первинні документи на надходження та вибуття цінностей зареєстровані відповідним чином і за ними була проведена господарська операція;

- додержанні правил підрахунку цінностей;
- ретельному оформленні документів інвентаризації, щоб цінності були перелічені, зважені в порядку розташування їх у приміщенні і щоб запобігти можливості внесення до описів даних про залишки цінностей без їх фактичного перелічення;
- підвищенні оперативності визначення результатів інвентаризації для забезпечення своєчасного виявлення нестач і розкрадань.

Отже, запропонована форма відомості результатів інвентаризації та пропозиції щодо вдосконалення методики проведення інвентаризації дозволить підвищити її якість та ефективність.

СУТНІСТЬ, НАПРЯМИ ТА СПЕЦИФІЧНІ РИСИ КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

**В.Г. ЧУБАРОВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент КОЛОТУХА С.М.**

На сучасному етапі економічного розвитку важливе місце у пошуку шляхів виходу України з кризового стану займає подальше удосконалення видів і форм кредиту, формування ефективної кредитної системи. Значну роль у задоволенні виникаючих потреб населення, підвищенні його життєвого рівня, забезпеченні соціально-економічного розвитку країни відіграє така форма кредиту, як кредитування фізичних осіб.

Нажаль, сьогодні вітчизняні банківські установи значно відстають від західних кредитно-фінансових установ у частині надання різних видів кредитних послуг населенню. У зв'язку з цим особливого значення набувають питання розвитку ринку кредитування населення. Йдеться не тільки про вдосконалення техніки кредитування і розширення видів кредитних послуг, а також про вироблення комплексу нових принципів, що дадуть можливість спростити і поліпшити якість стосунків банків із фізичними особами.

Питання кредитування населення досліджені у роботах вітчизняних науковців, таких як С.Башлай, Н.Лобода, Р. Коцовська, В. Ричаківська, Г.Табачук, В.Лагутін, В.Гриньова, О.Колодізев та ін. Проте питання кредитування населення на споживчі потреби в умовах ринкової економіки вимагають подальших досліджень. На особливу увагу заслуговує впровадження нових кредитних продуктів, що надаються населенню України, з врахуванням зарубіжної практики банківських і небанківських кредитно-фінансових установ, а також розвиток ринкової інфраструктури, пов'язаної з наданням банківських кредитів населенню.

Процес кредитування фізичних осіб пройшов тисячі років свого становлення та розвитку. Ще за часів Стародавнього Світу кредити населенню були одним з найважливіших напрямків діяльності банків.

Передумови виникнення такої форми фінансових відносин були різні. Це, перш за все, потреба громадян у додаткових коштах для підтримання достатнього життєвого рівня, дуже часті війни, що призводили до кризи в тій чи іншій країні і постійного дефіциту коштів, розвиток товарно-грошових відносин.

Загалом кредити населенню у будь-якій формі вираження мають багато специфічних рис, що пов'язані з особливостями сфери особистого споживання громадян. (рис. 1.) Цей вид позички відображає відносини між кредитором і позичальником, сенс яких полягає у кредитуванні кінцевого споживання, на відміну від позичок, які надаються суб'єктам господарювання для виробничих цілей або для придбання активів, що породжують рух вартості, наприклад, акцій, облігацій тощо. При цьому принцип цільового використання отриманих фізичними особами кредитних ресурсів реалізується банківськими установами на власний розсуд.

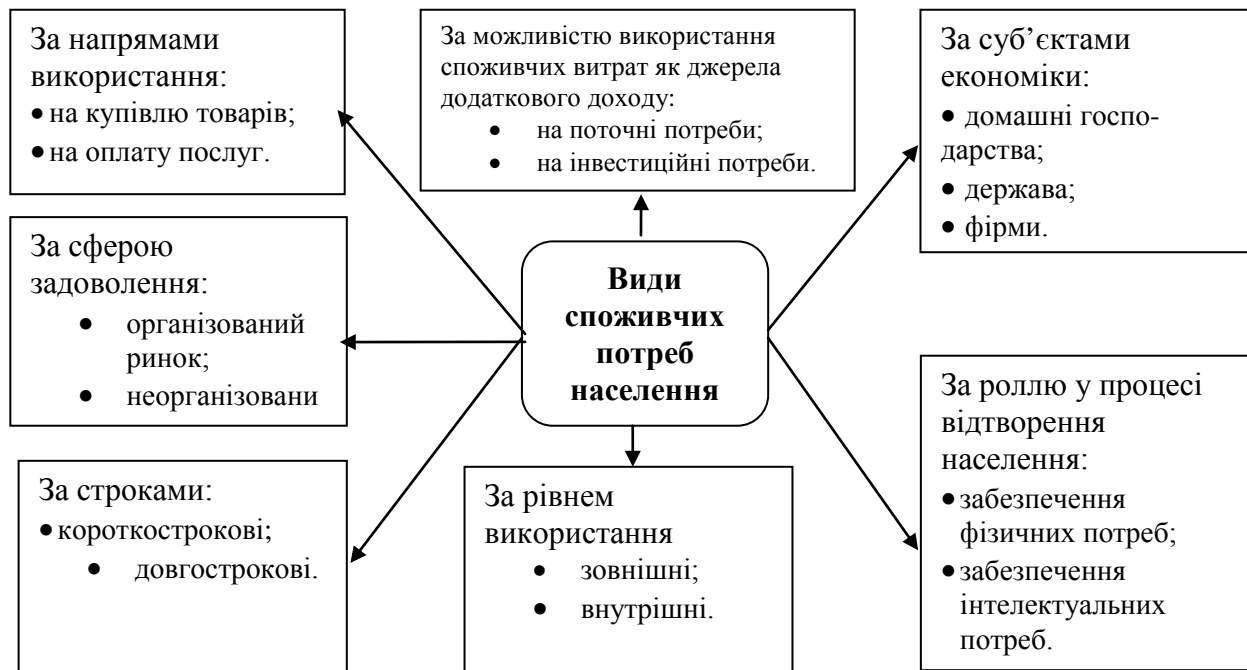


Рис.1. Групування споживчих потреб населення за видами

Фізичні особи, як правило, звертаються до позички, коли їм бракує власних коштів, тоді як юридичні особи часто використовують одержані позичкові кошти як джерело доходів.

Багаторічна практика становлення кредитування населення сьогодні характеризується різноманітністю, яка, перш за все, проявляється в існуванні різних кредиторів, а саме: банківські установи; торгівельні організації; кредитні установи небанківського типу (ломбарди, пункти прокату, каси взаємодопомоги, кредитні кооперативи, пенсійні фонди тощо); приватні особи, які надають в позичку власні кошти; підприємства, позичальниками яких є їхні працівники.

Зазначимо, що кредит, що надається населенню має специфічні риси, які визначають його як певний вид позички. По-перше, кредит передбачає надання кредитною організацією у тимчасове користування фізичній особі не будь-яких речей, а виключно грошових коштів, по-друге, кредитні відносини повинні бути обов'язково оформлені кредитною угодою в письмовій формі. По-третє, кредити надаються лише на платній основі.

На наш погляд, кредит для фізичної особи – це важлива складова економіки і фінансового сектора, яка передбачає надання на цільовій основі грошових коштів населенню для задоволення поточних та майбутніх їх потреб. На жаль, в українській термінології окремо не виділяється поняття „кредит для фізичної особи”. В основному його ототожнюють з поняттям „споживчий кредит”.

За допомогою реалізації кредитування населенню своїх функцій виявляється його двояке соціальне та економічне значення, позитивне та негативне. Позитивне значення кредитування домогосподарств полягає, насамперед, у більш повному задоволенні потреб населення в промислових товарах, предметах культурно-побутового призначення й послугах.

Велике значення споживчий кредит має у вирішенні житлової проблеми шляхом кредитування індивідуального й кооперативного житлового будівництва, купівлі квартир і будинків в особисту власність. Важливе соціальне значення має кредит при здійсненні пільгового кредитування родин, що постраждали в результаті стихійних лих, катастроф, аварій. Чітку соціальну спрямованість мають і кредити військовослужбовцям, звільненим у запас, на придбання і будівництво житла, а також на поліпшення житлових умов.

Поряд із позитивним соціальним і економічним значенням споживчого кредиту виявляється його негативний вплив на економічні процеси у суспільстві. Великою проблемою для розвинутих західних країн є дуже висока заборгованість населення за

споживчими кредитами, що, у свою чергу, викликає особисті й сімейні банкрутства. По-друге, кредитні інститути зробили більш доступним кредит приватним особам, особливо шляхом створення зацікавленості в працівників кредитних відділів у видачі кредитів, що привело до росту зловживань з їх боку. Як наслідок, сумарна заборгованість позичальника, за винятком податків, часто перевищувала 60% особистого доходу.

Висновки. Кредитування фізичних осіб – це важлива складова економіки і фінансового сектора, яка передбачає надання на цільовій основі грошових коштів населенню для задоволення поточних та майбутніх їх потреб. В цілому, важливе значення кредитування фізичних осіб полягає в задоволенні споживчих потреб населення соціального та економічного характеру. Негативною рисою даного виду кредитування є значні заборгованості населення, що обумовлює виникнення загроз банківській системі країни, а в подальшому і до глобальних фінансових криз.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ

В.Г. ЧУБАРОВ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЛЕМЕНТОВСЬКА В.А.

В умовах розвитку ринкового середовища та об'єктивної необхідності інтеграції економіки України в світову економіку проблема підвищення ефективності діяльності окремих суб'єктів господарювання стає винятково важливою. Одним з основних напрямів вирішення цієї проблеми є підвищення ефективності маркетингової та рекламної діяльності підприємств. Величезну роль у збереженні і зміцненні позицій фірми на ринку відіграє реклама. Реклама продукції і діяльності підприємства – це найважливіша складова частина комплексу маркетингових заходів, своєрідний інформаційний вихід на споживача.

При правильній організації реклама дуже ефективна і сприяє швидкій безперервній реалізації виробленої продукції. Але для того, щоб реклама працювала, потрібно розробити ефективну рекламну кампанію, що б давала можливість вийти на новий якісний рівень системи маркетингу підприємства.

Дослідженнями по даній темі займалися багато вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів таких як: Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д., Ватутин С., Лук'янець Т., Маїк Г., Ромат Е. та інші. Кожний з цих авторів формує власні принципи створення ефективної рекламної кампанії. У деяких з них вони збігаються, а у деяких ні. Але у всіх цих дослідженнях дуже мало уваги приділяється саме обґрунтуванню принципів ОДС, які слід застосовувати при створенні ефективної рекламної кампанії на будь-якому підприємстві.

Для, щоб визначити, що є запорукою ефективної рекламної кампанії, необхідно зрозуміти і правильно трактувати саме поняття «реклама» та «рекламна кампанія». Подамо основні визначення поняття «реклама» та «рекламна кампанія». Реклама – це будь-яка платна форма неособистого представлення і просування ідей або послуг від імені відомого спонсора [6, с.19]. Реклама – неособиста форма комунікації, яка здійснюється через посередництво платних засобів розповсюдження інформації з чітко вказаним джерелом фінансування [2, с.473]. Реклама – це засіб комунікації, який дозволяє підприємству передати повідомлення потенційним покупцям, прямий контакт з якими не встановлений [5, с.20]. Закон України „Про рекламу” від 16.03.2001 р. дає таке визначення реклами: „спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі і в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку” [1].

Рекламна кампанія – це комплекс рекламних та інших заходів, об'єднаних загальними метою і завданнями, погодженими по часу проведення та розрахованими на широкі верстви населення. Рекламна кампанія — це розробка рекламного звернення та план його показу. Ефективна, успішна рекламна кампанія – це поєднання влучного рекламного звернення і правильного вибору засобів масової інформації. [4, с.109] Ефективність рекламної кампанії – проблема надзвичайно серйозна. Безумовно, необхідно дуже зважено відноситися до

процесу планування рекламної кампанії, до медіа планування та вибору рекламних носіїв і місць розміщення реклами. Проте сама бездоганно спланована і проведена рекламна кампанія може виявитися абсолютно неефективною. Ефективна реклама – це наслідок поєднання дієвого креативу і оптимального розміщення, яке забезпечує охоплення найбільшої частини цільової аудиторії. За допомогою ефективної реклами інформація про товар доноситься до кінцевого споживача у формі, яка сприяє збільшенню обсягів продажу та зумовлює підвищення складової ціни цього товару[7, с.71]. З усього вище сказаного випливає, що створення ефективної рекламної кампанії – важкий і кропіткий процес, який у результаті приносить неабияку користь.

На сьогодні ефективна рекламна кампанія підприємства ПАТ «Уманський завод «Мегомметр» формується із використанням широкого спектру засобів та заходів. Зокрема, на досліджуваному підприємстві використовуються наступні засоби розповсюдження реклами: газети (національного, регіонального, місцевого розповсюдження – популярні, ділові, спеціалізовані); журнали (місцевого, регіонального, національного, – популярні, ділові, спеціалізовані); радіо; телебачення; поштова реклама; рекламні буклети або вкладиші видань.

Заходи, що проводяться в рамках ефективної рекламної кампанії підприємства ПАТ «Уманський завод «Мегомметр» можна умовно розділити на декілька етапів. До першого етапу відносяться дії, направлені на розробку рекламної кампанії. Це і аналіз ринку, і виявлення споживчих переваг, і визначення портрету споживача. До другого етапу можна віднести ті заходи, які проводяться після аналізу всієї необхідної інформації, суть яких зводиться до розробки самої рекламної кампанії. Це і вибір медіа, які будуть задіяні в рекламній кампанії, виготовлення рекламних оголошень, (теле- і радіо-роликів, поліграфічної продукції, банерів і т.д.) і медіапланування. Відповідно третім етапом є безпосередньо саме проведення рекламної кампанії, тобто розміщення рекламних оголошень у вибраних для цього медіаресурсах, розповсюдження поліграфічної продукції і проведення інших, запланованих заходів. Заключним етапом вважається аналіз ефективності проведеної рекламної кампанії, оцінка і порівняння вибраних методів реклами і складання рекомендацій для проведення наступної рекламної кампанії.

Поряд із зазначеними вище заходами для проведення ефективної рекламної кампанії підприємства ПАТ «Уманський завод «Мегомметр» важливим, при її розробці, також є використання принципів ODC, які можна расшифрувати як Offer, Deadline, Call to action, тобто пропозиція, обмежувач (крайній термін) і заклик до дії. Здійснимо розгляд зазначених принципів.

Пропозиція (Offer) – це цікава пропозиція, від якої неможливо відмовитися — це та пропозиція, що обов'язково зацікавить споживача. Слід при формуванні реклами вибрати або сформуванати пропозицію так, щоб вона була цікава, щоб всі нею зацікавилися і захотіли купити. В такому випадку це хороша пропозиція. Пропозиція повинна бути одна, конкретна і зрозуміла. Не треба замішувати в неї додаткові послуги, інформацію, контакти й інші дані.

Обмежувач, крайній термін (Deadline). Пропозиція може бути цікавою, але ніхто на неї не відреагує, тому що вона діє вічно. Споживач бачить і розуміє, що це цікаво, але зараз часу немає, знайду як-небудь пізніше. Якщо ж не ставити обмежувач пропозиція не буде ефективною. Споживач повинен розуміти, що пропозиція цікава, але вона незабаром закінчиться, тому треба знайти час, прийти хоча б подивитися. Дедлайн дуже важливий, дедлайн – обмежувач. Він може бути як за часом, так і по кількості місць, абонементів тощо.

Заклик до дії (Call to action). Даний заклик до дії – це відповідь на питання «що робити клієнтові, який зацікавився рекламою підприємства?» Даний заклик «робити» повинен бути дуже зрозумілим – споживач повинен знати, що це заклик йому або приходити, або писати, або дзвонити, або обмінювати, або замовляти – наказовим чином [3]. Це дасть можливість в найкоротший термін залучити зацікавленого у рекламі споживача.

Узагальнюючи результати дослідження, слід відмітити, що формування ефективної рекламної кампанії підприємства ПАТ «Уманський завод «Мегомметр» повинне враховувати не тільки засоби та заходи її реалізації, які вже використовуються на

підприємстві, але й також принципи ODC, які використовуються поверхнево і не системно. Враховуючи зазначені в роботі принципи ODC слід проаналізувати, що саме даних принципів не вистачає у рекламній компанії досліджуваного підприємства. Як свідчить практика діяльності підприємства ПАТ «Уманський завод «Мегометр»» досить рідко використовується таке поняття, як дедлайн, який значно підвищує ефективність рекламної кампанії. Проте, слід врахувати такий аспект – якщо немає попиту на рекламу, то не факт, що дедлайн щось змінить, проте якщо вже є потік дзвінків або звернень за рекламою, то дедлайн подіє однозначно. В цілому, на підприємстві ПАТ «Уманський завод «Мегометр»» слід змінювати усю рекламу відповідно до принципу ODC, тоді можливо в разі підвищити ефективність рекламної компанії в найкоротші терміни.

Список використаних джерел:

1. Закон України „Про рекламу” від 16.03.2001 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 39, ст. 181
2. Батра Р. Рекламный менеджмент/ Раджив Батра, Джон Майерс, Дэвид Аакер. -5-е изд.. -М.; СПб.; К.: Вильямс, 1999. – 780 с.
3. Ватугин С.В. Хит-парад типовых ошибок в рекламе: как вы «сливаете» до 90% рекламного бюджета [Електронний ресурс] – режим доступу: http://www.elitarium.ru/2012/07/20/tipovyje_oshibki_v_reklame.html
4. Лук'янець Т. Рекламний менеджмент: Навчальний посібник/ М-во освіти України. КНЕУ. – 2-е вид., доп.. -К.: КНЕУ, 2003. -440 с.
5. Маїк Г. Як зробити рекламу ефективною // Податкове планування. – 2006. – № 10. – С. 18-23
6. Ромат Е.В. Реклама: История. Теория. Практика: Учеб. для вузов/ Е.В. Ромат. -5-е изд.. -М.; СПб.; Харьков: Питер, 2002. -544 с.
7. Штельма Н. О. Основні помилки та правила створення ефективної реклами / Наталія Штельма // Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 68-72.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОПОДАТКУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

**Т.В. ШАУРЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент РОЛІНСЬКИЙ О.В.**

У країнах з розвинутою ринковою економікою не менше 50% від ВВП припадає на мале підприємництво. Це забезпечує стабільність економіки держави, а також постійне забезпечення зайнятості населення. Країни в яких малий бізнес тільки формується і де система оподаткування не достатньо стимулює розвиток підприємництва, працюють спеціальні режими оподаткування або максимально спрощується вся податкова система.

На сьогодні в Україні працює понад два мільйони підприємців. Недосконалість існуючого податкового законодавства на даний час не сприяє їх подальшому розвитку. Тому доцільним буде розглянути, як мале підприємництво в зарубіжних країнах справляється з податковим навантаженням.

У Російській федерації існує три види спеціального податкового режиму для малих підприємств. А саме: єдиний податок на дохід, спрощена система зі ставкою податку на вибір та єдиний сільськогосподарський податок. Єдиний податок сплачується незалежно від доходу за зайняття визначеними видами діяльності. Спрощена система, може бути зі ставкою 6% від обороту чи 15% від прибутку. Єдиний сільськогосподарський податок застосовують виробники, які випускають не менше ніж 70% сільськогосподарської продукції.

У Сполучених Штатах Америки з 1953 року діє закон про малий бізнес, яким створено спеціальні умови для його ведення в усіх напрямках. У сфері оподаткування передбачено спеціальні ставки податку на прибуток, а сума доходу до 25 тис. доларів на рік не оподатковується. При цьому пільгову ставку мають виробничі види діяльності. В США

також діє «бонус першого року», за якого податок сплачується тільки з половини доходу. Для малого бізнесу передбачено:

- застосування суб'єктами малого бізнесу прискореної амортизації основних засобів за рахунок одночасного списання частини їх вартості в період здійснення інвестицій;
- звільнення підприємців від сплати податку на приріст вартості капіталу за умови цільового використання коштів, що вивільнюються, на інвестиції у підприємства малого бізнесу.

В Австралії для малого бізнесу є можливість обирати між такими пільгами: використання касового методу при розрахунку GTS (аналог ПДВ); спрощені правила нарахування амортизації, податкова компенсація; розстрочка сплати прогнозованого податку; зниження вдвічі податку на приріст капітальної вартості основних засобів.

У Мексиці для фізичних осіб-підприємців встановлено податок з обороту в розмірі 5% від одержаного доходу.

У Німеччині підприємства з річними продажами менше за 350 тис. євро або прибутком менше ніж 30 тис. євро звільнені від ведення бухгалтерського обліку. Підприємства з річним оборотом менше за 17,5 тис. євро не є платниками ПДВ.

У Франції малі підприємства з річним оборотом до 7630 тис. євро сплачують фіксований податок: при обороті до 300 тис. євро – податку немає, при обороті до 750 тис. євро податок дорівнює близько 1300 євро, при обороті до 1500 тис. євро – податок 2000 євро, за максимального обороту податок дорівнює 3750 Євро.

В Румунії до малих підприємств належать ті, що мають до 10 найманих працівників і прибуток яких не перевищує 100 тис. євро на рік. Ці підприємства мають право обрати добровільно податок з обороту в розмірі 3%, або ж перейти на загальну систему оподаткування.

У Польщі на початку 90-х існував спеціальний режим оподаткування у двох формах – фіксованій та з обороту. Після проведення реформ, завдяки яким малий бізнес у Польщі почав виробляти 51,5% ВВП, для малого бізнесу до 10 тис. євро залишено фіксований податок (ставка залежить від видів діяльності), а також передбачено знижену ставку податку на додану вартість.

В Угорщині малі підприємства мають можливість самостійно обирати фіксований податок замість податку на персональний дохід і податок на додану вартість.

Найкращим прикладом на пострадянському просторі створення стимулів для легального виробництва через оподаткування є Грузія. З 2003-го до 2008 року кількість податків скорочено у 8 разів (з 26 до 6). Встановлено лінійну ставку прибуткового податку 12%, яка сплачується разом із соціальними платежами і при цьому загальна ставка становить 20%; ставку податку на прибуток знижено до 15%. Ці умови забезпечили детінізацію доходів., а також сприяли самозайнятості. Передбачено також скасування оподаткування для підприємців, які мають доходи до 15 тис. доларів США на рік.

Висновки. Отже, для удосконалення податкового законодавства України, доцільно використати переваги податкового законодавства зарубіжних країн, які сприяють не лише наповненню бюджету, а й стимулюють розвиток малого підприємництва.

ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ДЕМЕТРА-АГРО» м. БІЛА ЦЕРКВА КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**В.В. ШВЕЦЬ, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент СКУРТОЛ С.Д.**

На сучасному етапі становлення і розвитку ринкових відносин в Україні проблема формування товарної політики підприємства набуває значної актуальності. Товарна політика підприємства визначає його стабільність на ринку та підвищення конкурентних позицій і є основою впровадження принципів і методології маркетингу у практичну діяльність

підприємств. Від того, на скільки своєчасно підприємство реагує на зміни ринку, залежить ефективність його маркетингової діяльності, а отже, і товарної політики. Звідси випливає, що головною умовою досягнення найбільшої ефективності маркетингової діяльності є реалізація та узгодження інтересів споживачів з боку виробників.

Ефективність товарної політики підприємства у великій мірі визначається обґрунтованістю та раціональністю вибору методів її формування.

Питання формування системи ефективного управління товарним портфелем та розробки маркетингової товарної політики не є новим для економічної науки в цілому. Окремі питання формування товарної політики підприємства розглядаються в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців: Г.Асселя, С.С. Гаркавенко, Е.Діхтля, Ф.Котлера, В.Я.Кардаша, А.М.Романова, І.В.Заблудської, Л.С. Лаврентьевої, С.Ю. Хамініч, О.М.Белєнова, К.В.Одінцової Н.С.Кубишиної та інших.

Так, С.Ю. Хамініч зазначає, що “центральною моментом товарної політики є пошук оптимальної структури ринкового пропонування об’єктів виробництва”. Крім того, автор наголошує на тому, що формування товарного асортименту є важливою складовою загальної економічної стратегії підприємства. Є.В.Клавдієва зазначає, що товарна політика є окремою областю управлінської діяльності, що об’єднує весь комплекс заходів з управління асортиментом.

Термін “товарна політика” доволі широкий і охоплює різні аспекти продуктової стратегії і тактики підприємства. Це формування товарного асортименту, модифікація існуючих виробів, зняття з виробництва застарілих, розроблення і запуск у виробництво нових товарів, забезпечення належного рівня їх якості і конкурентоспроможності. Товарна політика – комплекс заходів щодо формування ефективного, з комерційної точки зору, асортименту.

ТОВ «Деметра-Агро» пропонує устаткування для сушіння(зерносушарки даних моделей дозволяють знижувати вологість зерна на 10-15% в залежності від моделі) і зберігання (дані ємкості дозволяють зберігати одночасно від 500 до 32750 тонн зернових культур) зернових культур, а також обладнання для внутрішньо-елеваторного транспортування зерна виробництва фірм Sukup, Delux, Brock, Sweet, Honevelly (США) різних модифікацій. В залежності від потреб покупців пропонується устаткування різної продуктивності.

Для зручності покупця пропонуються бази даних про технічні характеристики, геометричні параметри та витрати енергоносіїв при роботі устаткування, що дозволяють покупцям вибрати устаткування, яке відповідає їх потребам (кількість посівних площ в господарстві, кількість видів зернових культур, на яких спеціалізується дане господарство та ін.). Загалом, підприємство пропонує більше шістдесяти моделей зерносушарок виробництва фірм Sukup, Delux, Brock, Sweet, Honevelly (США). Збирання модулів устаткування, відповідно до технічної документації, наданої заводом-виробником проводиться на виробничих майданчиках ТОВ «Деметра-Агро». Виготовлена модульна продукція доставляється автотранспортом. Безпосередньо в господарстві проводиться монтаж устаткування на спеціально обладнаному майданчику. Модулі монтуються в залежності від моделей(2,3 модуля), та підключається електроживлення та газ.

Надалі господарство-покупець має можливість заключати з ТОВ «Деметра-Агро» договори на післягарантійне та сервісне обслуговування. Гарантія на продукцію складає 24 місяці.

Для активізації збуту продукції в ТОВ «Деметра-Агро» використовуються:

- подання реклами в різні друковані спеціалізовані видання сільськогосподарського напрямку, орендується десять банерів, розташованих в різних областях України;
- підприємство 2-3 рази на рік приймає участь у сільськогосподарських виставках;
- для збільшення продажу залучаються посередники;
- підприємство продає товар на умовах товарного кредиту та фінансового лізингу;
- в залежності від обсягу партії товару покупцям надається знижка.

Особливості товарної політики підприємства полягають в наступному:

- планується оптимальне співвідношення постійної частини асортименту з додатковою;
- маркетологи торгових підприємств вивчають поведінку і попит покупців і передають інформацію виробнику;
- торгівля виконує крім основної функції ще й виробничу – транспортування, встановлення, складування продукції.

Отже, в умовах ринкової економіки розробка товарної політики на торгових підприємствах, як правило, направлена на реалізацію стратегічних цілей фірми, формування оптимального асортименту товарів та номенклатури супутніх послуг у відповідності з потребами покупців цільового сегменту та забезпечення необхідного рівня рентабельності збутової діяльності. Товарна політика відіграє важливу роль у здійсненні комерційної і маркетингової діяльності торговельного підприємства на ринку. Вона полягає у визначенні та підтримці оптимальної асортиментної структури товарів, яка б відповідала не лише потребам цільового сегменту, а й цілям підприємства.

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

**О.І. ШУЛЯК, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: асистент ПІДЛУБНА О.Д.**

Рациональне управління виробничими запасами потребує своєчасного оперативного обліку за їх надходженням і використанням, а це не можливо без застосування в обліку комп'ютерних технологій.

Використання обчислювальної (комп'ютерної) техніки та створення на цій основі автоматизованих робочих місць (АРМ) складських працівників, та працівників обліку забезпечить: зменшення обсягу робіт з одноманітними операціями; прискорення опрацювання даних первинних документів; автоматизацію формування звітних форм; деталізацію аналітичного рівня обліку запасів; відмову від користування типографськими бланками первинних документів і звітності і т.д.

Необхідно враховувати, що впровадження бухгалтерської програми буде вважатись удосконаленням обліку лише тоді, коли в результаті такого впровадження підвищиться ефективність і поліпшиться якість ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Застосування комп'ютерних технологій в бухгалтерському обліку значно підвищує продуктивність праці бухгалтерів і суттєво покращує його організацію на підприємстві, де у веденні бухгалтерського обліку часто панує безлад. Така можливість пов'язана з тим, що автоматизований спосіб обробки облікових даних потребує формального і чіткого опису облікових процедур у формі алгоритмів, що налагоджує порядок виконання свої повноважень обліковцями.

Автоматизоване оброблення даних з обліку виробничих запасів на практиці забезпечується різними способами: розробленням спеціальною формою на замовлення управлінської інформаційної системи підприємства (у тому числі й інформаційної системи обліку); придбання універсального програмного комплексу (або окремого його модуля) на ринку програмного забезпечення; автоматизацією облікового процесу силами фахівців підрозділу з автоматизованого оброблення даних підприємства; використанням табличних процесорів обліковими працівниками для забезпечення автоматизованого розв'язання окремих задач конкретної ділянки обліку.

При застосуванні комп'ютерних програм вдосконалення обліку може виражатися в: упорядкуванні бухгалтерського обліку; збільшенні кількості інформації, одержуваної з бухгалтерського обліку; зниженні числа бухгалтерських помилок; підвищенні оперативності бухгалтерського обліку; підвищенні економічності бухгалтерського обліку; інших чинниках, що залежать від специфіки кожного конкретного підприємства.

Порівнюємо три популярні програмні продукти, за допомогою яких є можливим автоматизація обліку на ділянці запасів за критеріями підбору до потреб конкретного підприємства (табл. 1)

1. Порівняльна характеристика програмних продуктів для автоматизації бухгалтерського обліку

№ з/п	Критерії підбору	Програмні продукти		
		"1 С: Бухгалтерія"	"Парус – Предприятие"	"Галактика"
1	Клас програми	Універсальна бухгалтерська програма (міди- бухгалтерія)	Комплекс пов'язаних АРМ	Управлінська система
2	Призначення	Для ведення бухгалтерського обліку	Програма для ведення бухгалтерського обліку	Програма для комп'ютеризації управлінської діяльності, що містить контур бухгалтерського обліку
3	Група споживачів	Невелика чисельність персоналу бухгалтерії	Бухгалтерія, в якій здійснено чіткий розподіл функцій між працівниками	Бухгалтерія, управлінці
4	Об'єкт обліку	Малі та середні за розміром підприємства різних галузей діяльності	Малі та середні за розмірами підприємства різних галузей діяльності	Великі підприємства, багатогалузеві корпорації
5	Спосіб реалізації облікових функцій	Перевага надається введенню операції за шаблонами та за допомогою документів	Перевага надається введенню операцій за шаблонами	Перевага надається введенню операції за шаблонами
6	Комплексність виконання функцій	Інтегрована програма зведеного обліку	Комплекс пов'язаних АРМ	Комплекси пов'язаних АРМ

Слід підкреслити, що типові автоматизовані бухгалтерські програми, (наприклад "1С: Бухгалтерія", "Дебет +", "Парус", "Везі" та ін.) не можуть повністю врахувати особливості обліку конкретного підприємства, потребують значних додаткових зусиль при впровадженні їх для конкретної галузі. Враховуючи зазначені труднощі, на деяких підприємствах розроблені та продовжують вдосконалюватися власні програмні продукти, призначені для потреб бухгалтерського обліку і, зокрема, обліку матеріальних запасів. Проте це є занадто трудомісткою й економічно не вигідною роботою, практично не дає можливості застосовувати ці програми на інших підприємствах. Тому доцільно впроваджувати модифікації типових автоматизованих бухгалтерських програм з урахуванням галузевих особливостей підприємств.

ПЛАТА ЗА ЗЕМЛЮ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ

**О.В. ШУПИЛО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: викладач ЗАХАРЧУК О.А.**

Важливим складовим елементом податкової системи України є плата за землю. Історичні документи свідчать про те, що вона була одним із перших обов'язкових платежів та стабільним джерелом доходів державної скарбниці, а земля, будучи важливим засобом виробництва та збагачення економіки, стала найбільш розповсюдженим об'єктом оподаткування. Хоча в доходах бюджетів більшості країн світу плата за землю не відіграє провідної ролі.

В Україні плату за землю було впроваджено з метою раціонального використання та охорони земель, підвищення родючості ґрунтів, вирівнювання соціально-економічних умов господарювання на землях різної якості, фінансування витрат на ведення земельного кадастру, проведення землеустрою та моніторингу земель, а також розвитку інфраструктури населених пунктів. При цьому формування національної системи оподаткування земельних ділянок здійснювалося у складних економічних умовах, пов'язаних з трансформацією економіки та становленням України як суверенної держави. У процесі її вдосконалення пройдено складний шлях тривалого пошуку оптимального нормативного врегулювання порядку адміністрування плати за землю, яка є об'єктом права власності суб'єктів національної економіки та їх основним національним багатством, яке перебуває під особливою охороною держави.

На сьогодні плата за землю відноситься до загальнодержавних податків та справляється у формі земельного податку та орендної плати за земельні ділянки державної і комунальної власності.

Плата за землю, поряд з іншими податками, є джерелом формування фінансових ресурсів держави й дієвим інструментом її впливу на земельні правовідносини. При цьому за відсутності суттєвих недоліків, на відміну від прибуткових податків. Цей вид платежу як інструмент державного регулювання сприяє ефективному користуванню землею, як основного природного багатства, оскільки її платність змушує землевласника чи землекористувача отримувати дохід від використання земельних ділянок (бо це не призводить до зростання податкових платежів). При цьому ставки плати за землю визначаються за стабільною кадастровою оцінкою земель від її категорії, угідь, груп ґрунтів і переглядаються лише у разі зміни цін та інших причин.

Особливості справляння плати за землю визначені розділом XIII Податкового кодексу України. Згідно з положеннями ст. 9 Податкового кодексу України, плату за землю відносять саме до загальнодержавних податків і зборів, а відповідно до положень ч. 4 ст. 69 Бюджетного кодексу України від 08.07.2010 р. плата за землю, що зараховується до бюджетів місцевого самоврядування, належить до доходів загального фонду місцевих бюджетів, що не враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів. Отже, нормами фінансового законодавства закріплено, що плата за землю є загальнодержавним податком, який надходить до місцевих бюджетів.

Органи місцевого самоврядування надають пільги щодо земельного податку, який сплачується на відповідній території, своїми рішеннями і повідомляють про це у встановлений строк органи державної податкової служби за місцезнаходженням земельної ділянки. Такі пільги надаються у вигляді часткового звільнення на певний строк або зменшення суми податку і лише за рахунок коштів відповідного місцевого бюджету.

Висновки. Такий порядок земельного оподаткування, за твердженням вітчизняних науковців і практиків, та методика податкового обкладання земельних ділянок, розрахунку й стягнення плати за землю, що закладена в чинну систему Податковим кодексом України, є виправданим через те, що створено надійне законодавче підґрунтя порядку адміністрування плати за землю, а це, в свою чергу, створює додаткові можливості для ефективної діяльності як платників, так і контролюючих органів. Проте окремі питання справляння плати за землю, незважаючи на те, що існує такий оновлений порядок близько двох років, і досі не врегульовані. Це стосується, зокрема, використання надходжень від плати за землю, норм її справляння без грошової оцінки землі, проведення грошової оцінки земельних ділянок сільськогосподарського призначення, податкових пільг, розмежування контрольних функцій при сплаті плати за землю та орендної плати тощо.

ОСОБЛИВОСТІ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ

**Е.В. ЩЕРБАКОВА, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач ГВОЗДЄЙ Н.І.**

Головною ланкою економіки в ринкових умовах господарювання є підприємства як господарюючі суб'єкти. Вони здійснюють виробничу, науково – дослідну й комерційну діяльність, в результаті якої виробляють відповідні види продукції, реалізують її, отримують та розподіляють доходи, формують відповідні фонди фінансових ресурсів.

Питанням формування та використання фінансових ресурси присвячені роботи Д.Д. Марченко, що досліджує ці процеси в умовах трансформаційної економіки; О.О. Гудь, яка в своїх роботах розглянула процеси формування та використання фінансових ресурсів на рівні сільськогосподарських підприємств; О.М. Угляренко, В.М. Бородюка, В.М. Братішка та інших науковців.

Проблемам управління фінансовими ресурсами присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема І. Балабанова, І. Бланка, Є. Брігхема, В. Власова, М. Герчикової, Л. Дробозіної, О. Заруби, О. Карасик, З. Ковальова, Г. Кірейцева, М. Кірейцева, Є. Стоякової, В. Родіонової, Л. Павлової, А. Поддєрьогіна, Г. Поляка, Н. Самсонова, Є. Уткіна, А. Шеремета, Сигела Джоела Г. та інших.

Виробнича та фінансова діяльність підприємств починається з формування фінансових ресурсів. Вони мають створити передумови для стабільного процесу виробництва та його постійного зростання, що визначає конкурентоспроможність підприємства на ринку. Врешті-решт виграє той, хто зуміє залучити більше ресурсів з найменшими витратами.

У складі внутрішніх джерел формування власних фінансових ресурсів підприємства основне місце належить прибутку, що залишається в розпорядженні. Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. До внутрішніх джерел відносяться статутний капітал (кошти від продажу акцій і пайові внески учасників або засновників), виручка від реалізації, чистий прибуток підприємства, резерви, накопичені підприємством, амортизаційні відрахування.

Фінансові відносини підприємства виникають тоді, коли на грошовій основі відбувається формування власних ресурсів підприємства, його прибутків, залучення позичкових джерел фінансування господарської діяльності, розподіл прибутків, що утворюються в результаті цієї діяльності, їхнє використання на цілі розвитку підприємства.

Тобто, джерела формування власних фінансових ресурсів поділяються на внутрішні і зовнішні.

До зовнішніх джерел формування власних фінансових ресурсів відносяться залучення підприємством додаткового пайового або акціонерного капіталу, безоплатна фінансова допомога (як правило, така допомога виявляється лише окремим державним підприємствам різного рівня), безкоштовно передані підприємству матеріальні і нематеріальні активи, що включаються до складу його балансу.

Прибуток являється найвагомим показником ефективності роботи підприємства, джерелом його життєдіяльності. Зростання його величини утворює фінансову базу для самофінансування діяльності підприємства, здійснення розширеного відтворення та задоволення зростаючих соціальних та матеріальних потреб трудових колективів.

Для здійснення виробничої та фінансової діяльності підприємства використовують окремі види ресурсів: матеріальні, трудові, фінансові, а також грошові кошти. Матеріальні ресурси є основою процесу виробництва. Їх формування здійснюється, як правило, за рахунок різних джерел: власного капіталу підприємства, позичених і залучених фінансових ресурсів.

Всі фінансові ресурси фірми як внутрішні, так і зовнішні в залежності від часу, протягом якого вони знаходяться в розпорядженні фірми, діляться на короткострокові (до

одного року) і довгострокові (понад одного року). Цей розподіл досить умовний, а масштаб тимчасових інтервалів залежить від фінансового законодавства конкретної країни, правил ведення фінансової звітності, національних традицій. З визначення фінансових ресурсів випливає, що по своїй природі вони розподіляються на внутрішні (власні) та зовнішні (залучені). В свою чергу внутрішні в реальній формі представлені в стандартній звітності у вигляді чистого прибутку і амортизації, а в перетвореній формі – у вигляді зобов'язань перед службовцями фірми, податковими органами, позабюджетними фондами і іншими фірмами. Чистий прибуток являє собою частину прибутковості фірми, яка утворюється після вирахування із загальної суми прибутків обов'язкових платежів – податків, зборів, штрафів, пені, неустойок, частини відсотків і інших обов'язкових виплат. Чистий прибуток знаходиться в розпорядженні фірми і розподіляється за рішеннями її керівних органів.

Підприємство може функціонувати на основі:

- власних ресурсів, якщо їхня питома вага становить не менше 75-80%;
- змішаного фінансування – частки власних та залучених фінансових ресурсів майже рівні;
- за рахунок залучених ресурсів, якщо їх питома вага перевищує 55-60% загальної ресурсної бази.

Інформаційною базою дослідження служить фінансова звітність підприємств, а саме: форма №1 «Баланс». Джерела формування фінансових ресурсів відображені в пасиві балансу підприємства.

Важливу роль у формуванні фінансових ресурсів також відіграють пайові та інші внески трудового колективу.

При залученні фінансових ресурсів використовуються такі типи стратегій, які можуть мати внутрішню і зовнішню орієнтацію:

1. Використання власних коштів для розширення своєї ринкової ніші. Така стратегія використовується великими та вузькоспеціалізованими фірмами які працюють на нестійких ринках. Стратегія в цілому є малоприбутковою.

2. Об'єднання фінансових ресурсів середніх та великих фірм для реалізації проектів захоплення нових ринків.

3. Використання всіх доступних джерел фінансування (позики, випуск акцій, створення консорціумів тощо) для формуванню та реалізації перспективних інноваційних програм малих та середніх підприємств наукоємних галузей. Стратегія є досить ризикованою, але високоприбутковою.

4. Залучення донорських коштів великих фірм – споживачів продукції в рамках вертикальної інтеграції з ними.

5. Перехресне фінансування (підрозділи, які генерують фінансові кошти, діляться з тими, у кого їх не вистачає).

Зовнішня орієнтація передбачає опору на позикові кошти (облігаційні позики та банківські кредити), а внутрішня – на власні (статутний капітал та прибуток).

Значні фінансові ресурси підприємство може мобілізувати на фінансовому ринку. Формами їх мобілізації є: продаж акцій, облігацій та інших видів цінних паперів, які випускаються даним підприємством, а також кредитні інвестиції.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що наявність у достатньому розмірі фінансових ресурсів, їхнє ефективне використання визначають добрий фінансовий стан підприємства: платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність. У цьому зв'язку найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найефективніше їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства загалом. Однак в сучасних умовах підприємства недостатньо забезпечені фінансовими ресурсами через відсутність та недостатність відповідних джерел їх формування. Значна кількість підприємств є збитковими, що суттєво обмежує власні джерела формування фінансових ресурсів.

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Е.В. ЩЕРБАКОВА, студ. V курсу факультету економіки та підприємництва
Науковий керівник: викладач СОЛЬСЬКИЙ О.С.**

Вже сьогодні важко назвати якусь наочну область життя та діяльності людей, де б не використовувались комп'ютери.

Для підвищення досягнутих Україною результатів в економічному й соціальному розвитку, а також завоювання місця повноправного партнера в світовій економічній системі значно залежить від того, в яких масштабах впроваджуватимуться та наскільки ефективно будуть використовуватися сучасні інформаційні технології в усіх сферах суспільної діяльності, а також їх роль у підвищенні ефективності суспільної праці.

Щодо торговельного підприємства, то можна сказати, що особливості його діяльності зумовлюють різноманітні чинники: економічна ситуація в країні, формування нових видів економічних взаємовідносин між суб'єктами господарювання, податкова політика, зміна потреб, вподобань і поведінки покупців, розвиток нових форм торгівлі і, звичайно ж, комп'ютеризація обліку торговельних підприємств.

Хотілося б обґрунтувати необхідність автоматизації облікової роботи на торговельних підприємствах. В атмосфері жорсткої конкуренції між торговельними підприємствами більше шансів на перемогу має той, хто в будь-який момент може чітко уявити, які товари користуються найбільшим попитом, які товари є на складі і в якому обсязі слід здійснювати подальше їх придбання. Ефективне вирішення цих питань неможливе без використання систем автоматизації торговельної діяльності. При цьому слід чітко розрізняти інформаційні комп'ютерні системи, призначені для автоматизації ведення бухгалтерського обліку на торговельних підприємствах і системи, які призначені для виконання облікових робіт, пов'язаних з оперативним обліком придбання, зберігання і продажу товарів[1].

Комплексна автоматизація передбачає не просто обладнання торгового залу електронними контрольно-касовими апаратами з системою штрихового кодування і об'єднання їх в мережу з персональними комп'ютерами, на яких виконуються облікові програми. Сучасні програмні продукти для автоматизації обліку торговельної діяльності надають наступні основні можливості: контроль рентабельності, управління закупками, контроль взаєморозрахунків, аналіз торговельної діяльності.

Однією з вимог до комп'ютерних програм в торгівлі є можливість проведення всебічного аналізу за наступними показниками: оборотність тих або інших товарів, задоволення попиту, оцінка наявних товарних запасів, обчислення витрат, що припадають на конкретні товари, виявлення найбільш вигідних постачальників тощо[2].

Комп'ютерна система дозволяє моделювати картину продажів, що могла б скластись при встановленні різних цін на товари, оптимальний рівень цін тощо. Володіючи такою інформацією, можна закуповувати найбільш ходовий товар в оптимальній кількості. Внаслідок цього, зменшуються терміни оборотності засобів, складські приміщення використовуються найкраще, скорочуються витрати, з'являються нові можливості для розширення асортименту. Таким чином, саме керівник підприємства постає перед необхідністю визначення основних складових компонентів автоматизації, та безумовно встановлення спеціалізованого програмного забезпечення, яке пов'яже облік товарів і бухгалтерську звітність[3].

Підприємницька діяльність повністю стала залежна від інформаційних систем і технологій. В Україні найбільш поширеними є інформаційні системи: 1С:Підприємство, SAP R/3, Oracle E-Business Suite, «Галактика», Infor M3 та «Компас».

«1С: Підприємство» – універсальна програма масового призначення для автоматизації бухгалтерського і податкового обліку, включаючи підготовку обов'язкової (регламентованою) звітності. Це готове рішення для ведення обліку в організаціях, що здійснюють будь-які види комерційної діяльності: оптову і роздрібну торгівлю, комісійну

торгівлю, надання послуг, виробництво і т.д. Крім того, за допомогою «ІС:Бухгалтерія 8» можуть вести облік індивідуальні підприємці, що застосовують спрощену систему оподаткування або загальний режим оподаткування.

Система SAP R/3 – це інтегрований комплекс програмних засобів корпоративного управління, що поєднує стандартні організаційно-економічні функції та спеціалізовані за галузями господарчі процеси. На сьогодні це одна з найпотужніших і функціонально розвинутих КІС, яку розробила німецька компанія SAP AG (Systems Applications Products), штаб-квартира якої знаходиться в місті Вальдорф. Система R/3 реалізована на базі сучасної клієнт-серверної архітектури (трирівневої), що дає можливість організувати ефективне розподілене оброблення інформації та працювати на різних моделях обчислювальної техніки, має гнучкий інтерфейс користувача і понад 30 мовних варіантів, зокрема й український. Понад 11000 компаній більш як 100 держав світу здійснюють свою діяльність, використовуючи продукт SAP – систему R/2 для великих ЕОМ (мейнфреймів) і систему R/3 для конфігурацій клієнт-сервер і відкритих систем.

Програма Oracle E-Business Suite забезпечує аналіз статистики продажів, обґрунтоване формування планів продажів, аналіз маркетингової інформації, формування цінової політики, ефективне управління підприємством на основі системи корпоративних показників, управління виробництвом, управління персоналом тощо.

Система Галактика ERP – це інструмент для рішення критичних для виживання бізнесу задач, корпоративна інформаційна система. Застосування системи дозволяє значно знизити витрати. Система має всю необхідну для підприємств функціональність, включаючи виробниче і фінансове планування, керування бюджетами, усі види обліку, керування проектами, логістикою, персоналом, капітальними вкладеннями. У систему включені спеціальні рішення для керування витратами, зв'язаними з експлуатацією устаткування, транспорту. Комплексна підтримка цих задач дозволяє жорстко контролювати витрати в усіх напрямках діяльності підприємства.

Комплекс рішень Infor M3 (стара назва – Lawson M3) дозволить підприємствам збільшити продуктивність, скоротити витрати і підвищити якість обслуговування клієнтів. Infor M3 – альтернатива SAP R/3, Oracle E-Business Suite. Infor M3 складається з декількох функціональних пакетів, у кожний з яких входить набір логічно згрупованих додатків і модулів: Продажі та сервісне обслуговування; Управління активами підприємства; Управління виробництвом; Управління ланцюжками поставок; Управління бізнес – процесами.

Повнофункціональна ERP-система "КОМПАС" включає в себе наступні основні модулі, призначені для автоматизації управління підприємством і які функціонують в єдиному інформаційному просторі: управління фінансами; документообіг; бюджетування; моделі обліку; управління закупівлями, запасами і продажами; основні фонди; облік спеціальних активів; управління персоналом (HRM-система); кадровий облік; розрахунок заробітної плати; управління виробництвом (MRP-II); управління витратами; маркетинг і менеджмент (CRM-система).

Для того щоб удосконалити автоматизацію облікової роботи на підприємствах доцільно також застосовувати такі ERP систем: System21 Aurora (Business/400), Infor SyteLine ERP, Microsoft Dynamics AX, SAP Business Suit, IFS Applications, Компас, Business Control, Global ERP, Віртуоз, Oracle JD Edwards EnterpriseOne, DeloPro, NOTEMATRIX, AVARDA.ERP, Comtec for Business, КІС «Флагман», КІС Лексема[4].

Отже, із впровадженням автоматизованої комплексної системи обліку керівник оперативно отримує інформацію про продажі, про складські запаси в кількісному та сумовому виразі, про стан взаєморозрахунків з постачальниками в кожному магазині та на підприємстві в цілому, що дозволяє йому швидко аналізувати роботу підприємства та приймати ефективні рішення; бухгалтер – може отримувати консолідовані відомості по підприємству з розподілом по магазинах; товарознавець – одержує доступ до історії товару, може переглянути дати надходження, ціни оприбуткування, історію продаж тощо.

Список використаних джерел:

1. Бурмин А.А. Использование программного обеспечения на предприятии // Корпоративные системы. – 2006. – №1. – с.56-57.
2. Іванюта П.В. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті: Навч.посібник / П.В. Іванюта – К: Центр учбової літератури. – 2007. – 180 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Особливості бухгалтерського обліку в торгівлі: Навч.посібник / Ф.Ф. Бутинець – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 608 с.
4. Каталог ERP систем [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.erp-online.ru/software/>

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Т.В. ЮРЧЕНКО, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент БЕЧКО В.П.**

Перехід до ринкової економіки зумовлює посилення ролі фінансів підприємств у системі господарювання. Конкурентоспроможність та платоспроможність підприємств визначаються раціональною організацією фінансів. На сьогоднішній день питання організації фінансових ресурсів та основні принципи їх формування досліджує ряд вчених, проте досі не існує єдиної думки щодо основних етапів їх формування та чітко не сформульовано обмеження з якими стикаються підприємства в цьому процесі.

Від правильності формування фінансових ресурсів залежать фінансові результати діяльності підприємства. Під час формування ресурсної бази слід враховувати ряд чинників, які створюють певні обмеження. Саме висвітлення даних обмежень і розкриття їх сутності і є основною метою даної статті.

Формування ресурсної бази підприємства, оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємства, вивчення умов ринку – цими питаннями займалися ряд вчених.

У статті “Оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємства” її автор Петленко Ю.В. розкриває сутність фінансових ресурсів та досліджує процес формування раціональної структури джерел фінансових ресурсів підприємств. Бадаковський В.Ю. у своїй праці “Проблеми залучення кредитних ресурсів вітчизняними підприємствами” висвітлює основні шляхи залучення позикових коштів та проблеми з якими стикається підприємство при одержанні кредиту. Кириленко І.Г, Мельник К.М. присвятили ряд статей питанню формування фінансових ресурсів та напрямки їх використання сільськогосподарськими підприємствами.

В українській думці на сьогодні існує дуже багато визначень фінансових ресурсів підприємства. Більшість авторів розуміє під фінансовими ресурсами грошові накопичення, доходи і надходження або ж фонди грошових ресурсів.

Сутність фінансових ресурсів тісно пов'язана з економічною категорією «фінанси». Визначення фінансових ресурсів, які зводяться до формування фондів грошових коштів або до отримання підприємством грошових доходів та надходжень значно скорочує склад фінансових ресурсів, оскільки в розпорядженні підприємства можуть бути кошти як у фондовій, так і нефондовій формах.

Філімоненков А. С., на відміну від інших учених-економістів, які під фінансовими ресурсами розуміли грошові надходження, доходи і нагромадження у фондовій і нефондовій формах, трактує фінансові ресурси підприємства як грошовий капітал, вкладений у підприємство для одержання доходів і прибутку[5].

Деякі дослідники стверджують, що принципова різниця між капіталом і фінансовими ресурсами полягає у тому, що на будь-який момент часу фінансові ресурси більше або дорівнюють капіталу підприємства. При цьому, якщо фінансові ресурси дорівнюють капіталу, то це означає, що у підприємства немає ніяких фінансових зобов'язань.

Окремі вчені вказують на джерела формування фінансових ресурсів підприємства – це

власні, позикові та залучені кошти. Але з погляду на формування фінансової звітності підприємства та відображенні у неї фінансових ресурсів, можна стверджувати, що в пасиві балансу підприємства немає статей залучених коштів.

На сьогодні немає єдиного підходу до поділу фінансових ресурсів. В.М.Опарін наводить класифікації фінансових ресурсів за наступними ознаками: за кругообігом, за характером використання, за правом власності, за видатками, за напрямками використання, за джерелами залучення, за періодом залучення, за формою забезпечення.

За Поддєрьогіним А. М. основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємств є власні та залучені кошти. До власних належать: статутний фонд, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток. До залучених – отримані кредити, пайові та інші внески, кошти мобілізовані на фінансовому ринку.

Висновки. Отже, під фінансовими ресурсами на сьогодні слід розуміти сукупність усіх грошових ресурсів, які надійшли на підприємство за певний період або на певну дату у процесі реалізації продукції, основних і оборотних засобів і видачі зобов'язань.

Що ж стосується джерел фінансових ресурсів, то при створенні підприємства джерела залежать від форми власності, на основі якої воно створюється. Так, при створенні державних підприємств фінансові ресурси формуються за рахунок бюджетних коштів, коштів вищих органів управління, інших аналогічних підприємств під час їх реорганізації тощо. При створенні колективних підприємств вони формуються за рахунок пайових (часткових) внесків засновників, добровільних внесків юридичних і фізичних осіб тощо. Усі ці внески (кошти) є статутним (первинним) капіталом і акумулюються у статутному фонді створеного підприємства. Початкові фінансові ресурси, які формують статутний капітал, спрямовуються в основні та оборотні активи. У процесі використання якого і формуються такі види джерел як амортизаційні відрахування, чистий прибуток.

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

**Л.Л. ЯНЧУК, студ. IV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент ЛЕМЕНТОВСЬКА В.А.**

Формування ринкових відносин обумовлює необхідність пошуку підприємствами суттєвих переваг перед конкурентами, забезпечення високого рівня конкурентоспроможності. Це є основою стійкого функціонування товаровиробників у ринковій економіці. Конкурентоспроможність підприємства передбачає його можливість зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування.

Конкурентоспроможні підприємства зможуть одержати доступ до нових ринків через розширення відносин з транснаціональними компаніями. Однак, як показує практика, більшість вітчизняних підприємств через низьку конкурентоспроможність не відповідають вимогам міжнародних стандартів і не мають змоги займати відповідні ніші на внутрішньому і зовнішньому ринках, а їх місце займають зарубіжні фірми. Отже, найважливішою проблемою, від якої залежить успішність функціонування національної економіки є забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Науково-теоретичні аспекти конкуренції були започатковані та узагальнені А.Смітом. Подальше дослідження «конкуренції», як економічної категорії, проводили Д.Рікардо, Дж.Робінзон, Й.Шумпетер, Ф.А.Хайек, К.Р.Макконел та С.Л.Брю, М.Е.Портер та інші. Питання вивчення проблем конкуренції та конкурентоспроможності знайшли відображення в наукових працях і вітчизняних вчених, зокрема, Я.Б.Базиліюка, С.М.Кваші, М.Й.Маліка, Н.А.Мазура, Н.В.Місюка, П.Р.Пуцентайло, Б.Й.Пасхавера, П.Т.Саблука, В.М.Трегобчука.

Безперервний процес конкуренції підприємств збільшує на ринку споживання – асортимент продукції, її якість і кількість та є результатом: уподобань, попиту споживача, а

для підприємства – збільшення товарообороту та прибутку.

Ще у XVIII столітті А. Сміт, який сформулював свій відомий принцип «невидимої руки», підкреслював, що механізм, який спонукає підприємців виконувати вказівки «невидимої руки» є конкуренція.

Конкуренція – це боротьба, суперництво між товаровиробниками за найбільш вигідні сфери вкладання капіталу, ринки збуту, сировинні бази. Конкуренція допомагає скоординувати діяльність підприємств у сприятливому для суспільства напрямку. У конкуренції виграє той, хто максимально задовольняє потреби споживачів.

Термін “конкуренція” (з лат. concurrentia) означає змагання, суперництво. Як економічна категорія, конкуренція – це економічна боротьба, суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам.

Згідно Закону України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку”.

В сучасній науковій літературі поняття "конкурентоспроможність" вживається практично до всіх економічних явищ і процесів: товару чи послуги підприємства, інтеграційних угруповань, об'єднань, галузі, країни і регіону, міста і певної географічної території тощо.

Слово конкурентоспроможність – запозичене, утворене від англійського «competitive ness», адаптоване в процесі перекладу до традицій вітчизняного сприйняття його сутності.

В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

В економічній літературі чітко виокремлюють аспекти макро-, мезо- та мікро конкурентоспроможності, які дозволяють представити об'єкти конкурентоспроможності відповідно до їх ієрархії.

Рівні конкурентоспроможності:

- макрорівень – рівень прояву конкуренції між групами країн, об'єднаних за якимись певними ознаками економічного або політичного характеру і здійснюючих узгоджену політику, що сприяє підвищенню їх загальної конкурентоспроможності в порівнянні з третіми країнами;

- мезорівень – проміжний рівень конкуренції між мікро- та макрорівнями, об'єктом конкурентних відносин виступають регіони, галузі, корпоративних об'єднань підприємств і фірм конгломератного типу;

- мікрорівень – рівень конкуренції конкретних видів продукції, виробництв, підприємств.

Звідси оцінка рівня конкурентоспроможності складається із таких етапів: – визначення показників, що характеризують рівень конкурентоспроможності;

- встановлення оптимального показника рівня конкурентоспроможності;

- прогнозування впливу факторів і рівня конкурентоспроможності;

- напрямки маркетингових досліджень, що є вирішальними в підвищенні конкурентоспроможності.

Таким чином, конкуренція є рушійною силою, найголовнішою складовою на ринку економіки. Конкуренція проявляється на всіх рівнях економіки – від мікрорівня до світової економічної системи. Економічний успіх суб'єкта ринкової економіки в першу чергу залежить від того, наскільки добре він вивчив ринок, закони конкуренції, її прояви та форми, і наскільки він готовий до конкурентної боротьби.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**В.В. ЯСІНЬСЬКА, студ. ІV курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач БЕРЖАНІР І.А.**

Коливання економічної активності, криза у реальній економіці та фінансовій системі України й інших країн світу, істотно вплинули на стабільність роботи суб'єктів господарювання, продемонстрували їх слабкі сторони, неготовність, надзвичайно низьку гнучкість та адаптаційні можливості для подолання існуючих труднощів. Унаслідок цього багато з них опинилися на межі банкрутства і сьогодні вирішують питання забезпечення подальшого функціонування. З переходом до ринкової економіки фінансова стійкість підприємства стає об'єктом інтересів різних її учасників. Йдеться про державу, яка за умови міцної фінансової стійкості юридичної особи своєчасно і в повному обсязі одержить з неї податки, партнерів-постачальників, що очікують на оплату своєї продукції і послуг, фінансово-кредитних інститутів, які надали підприємству кредити, страхових компаній, зацікавлених у сплаті страхових внесків, місцевих органів влади, бюджети яких переважно формуються за рахунок розміщених на їх території суб'єктів господарювання.

Фінансова стійкість підприємств вивчається українськими вченими переважно в контексті загрози банкрутства підприємств. Більшість розробок присвячено пошукам внутрішніх джерел забезпечення фінансової стійкості суб'єктів господарювання. Недостатньо дослідженими залишаються проблеми впливу макроекономічного середовища на забезпечення фінансової стійкості підприємств та взаємопов'язані проблеми фінансової стабілізації макро- і мікроекономіки.

В економічній літературі відсутній єдиний підхід до визначення поняття фінансової стійкості підприємств. Найбільш доцільним та точним, на нашу думку, є визначення фінансової стійкості як такого стану власного капіталу підприємства, який забезпечує йому платоспроможність за зобов'язаннями, фінансову незалежність та гарантує стабільну прибутковість в довгостроковій перспективі. Фінансово стійким є підприємство, яке спроможне за рахунок власних і залучених коштів забезпечити поточну діяльність та інвестиційно-інноваційний розвиток за умови зростання власного капіталу.

За рівнем покриття різних видів джерел суми запасів і витрат розрізняють такі види фінансової стійкості підприємства:

- абсолютна стійкість фінансового стану, коли власні джерела формування оборотних активів покривають запаси і витрати;
- нормальний стійкий фінансовий стан, коли запаси і витрати покриваються сумою власних джерел формування оборотних активів і довгостроковими позиченими джерелами;
- нестійкий фінансовий стан, коли запаси і витрати покриваються сумою власних джерел формування оборотних активів, довгострокових позикових джерел, короткострокових кредитів і позик;
- кризовий фінансовий стан, коли запаси і витрати не покриваються всіма видами можливих джерел їх забезпечення (власних, позикових та ін.), підприємство перебуває на межі банкрутства.

На фінансову стійкість підприємства впливає низка чинників. З метою управління окремими з них, посилення або послаблення впливу на фінансову стійкість підприємства їх можна об'єднати в групи залежно від рівня виникнення та ступеня значущості.

Основними напрямками зміцнення фінансової стійкості, на нашу думку, є такі:

- оптимізація структури капіталу підприємства – цей напрям полягає у визначенні оптимального співвідношення власного та позикового капіталу підприємства, адже формування оптимальної структури капіталу для фінансування необхідного обсягу затрат та забезпечення бажаного рівня доходів є одним із найважливіших завдань, що вирішуються в процесі фінансового управління підприємством;
- підвищення ефективності використанні активів – має позитивне значення як для

окремих суб'єктів господарювання, так і для народного господарства в цілому. Раціональна організація оборотних і необоротних активів здійснює неабиякий вплив на результативність і ефективність роботи підприємства, його фінансову стійкість;

– використання фінансового планування – щоб забезпечити ритмічну й ефективну роботу підприємства, потрібне вміле управління виробничими фондами і джерелами їх формування. Цьому сприяють: розроблення бізнес-плану, фінансового плану; контроль і аналіз виконання бізнес-плану, зокрема фінансового плану; вживання конкретних заходів щодо фінансово-господарської стабілізації.

Найбільш суттєвим фактором підвищення фінансової стійкості підприємства є формування достатнього обсягу його реального власного капіталу. Фінансова стабілізація підприємства досягається тільки в разі поєднання таких факторів, як створення умов для забезпечення нарощування обсягів діяльності прибуткового виробництва при сталих темпах зростання реального власного капіталу і здатністю вийти на більш високий рівень фінансової стійкості.

Правильне використання інформації про фінансову стійкість підприємств на кожному з етапів їх існування дозволить зрозуміти причини виникнення проблем і, відповідно, знайти шляхи їх вирішення.

Висновки. Отже, фінансова стійкість підприємства є однією з головних умов його успішної і стабільної роботи у ринкових умовах. Адже висока фінансова стійкість, платоспроможність фірми надають їй ряд переваг перед іншими суб'єктами господарювання такого ж профілю при отриманні кредитів, залученні інвестицій, у виборі постачальників і в підборі висококваліфікованих кадрів. Чим вища стійкість підприємства, тим більш воно незалежне від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури і, отже, тим менше ризик банкрутства.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ЗЕРНА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЧЕРКАЩИНИ

**А.Л. ЯСТРЕМСЬКА, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор УЛАНЧУК В.С.**

Україна, володіючи значною частиною запасів світових чорноземів та географічно перебуваючи у відносно сприятливій для землеробства зоні, традиційно оцінюється як потенціальний виробник зерна. Протягом тривалого історичного періоду зернові культури займають більше половини орних земель, а за обсягом валових зборів зерна і його виробництва на душу населення Україна знаходиться в першій десятці країн – виробників. Зернове господарство України є стратегічною і найефективнішою галуззю народного господарства. Зерно і вироблені з нього продукти завжди ліквідні, оскільки становлять основу продовольчої безпеки держави. Природно-кліматичні умови та родючі землі України сприяють вирощуванню всіх зернових культур і дають змогу отримувати високоякісне продовольче зерно в обсягах, достатніх для забезпечення внутрішніх потреб і формування експортного потенціалу.

Зерновий ринок являє собою систему товарно-грошових відносин, що виникають між його суб'єктами в процесі виробництва, зберігання, торгівлі та використання зерна на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямів реалізації зерна та визначення цін, а також державного контролю за його якістю і зберіганням. Суб'єктами ринку зерна є його товаровиробники, підприємства із зберігання, суб'єкти заставних закупок зерна і проведення інтервенційних операцій, акредитовані біржі та інші.

Розвиток зернового ринку України є у центрі уваги таких вчених-дослідників як: М.В. Присяжнюка, М.Д. Безуглого, С.М. Кваші, А.В. Розгон, а в сфері обліку виробництва зерна: П.Т. Саблука, О.В. Нікішина, Л.П.Сук, Т.А. Бутинець, М.Ф. Огійчука та інших. Ними розроблені стратегічні аспекти розвитку зернового виробництва в Україні, підвищення його

економічної ефективності за рахунок раціонального використання земельних, матеріально-технічних і трудових ресурсів, удосконалення системи ціноутворення, функціонування ринку зерна та вдосконалення обліку.

Площа сільськогосподарських угідь в Звенигородському районі Черкаської області в 2012 році становить 22,8 тисяч га. В структурі посівних площ деякі посіви окремих зернових культур змінюється по роках. Загальна кількість сільськогосподарських підприємств – 27. Основними видами продукції сільськогосподарського виробництва в Звенигородському районі є: зернові (урожайність – 29,1 ц/га), цукровий буряк (250 ц/га), соняшник (18,6 ц/га), соя (13,7 ц/га), озимий ріпак (15,5 ц/га), гірчиця (3,4 ц/га), овочі відкритого ґрунту (66,5 ц/га).

Ефективність розвитку зернового господарства та особливості обліку при виробництві зернових культур розглянемо на прикладі модального підприємства СТОВ «Стебне» Звенигородського району.

Загальна площа посіву сільськогосподарських культур в 2011 році СТОВ «Стебне» складає 2737 га, з них зернові – 2290 га. З кожним роком відбувається збільшення площ, за рахунок розорюваності земель. Основними зерновими культурами, які вирощуються на полях даного підприємства є озима пшениця, яра пшениця, ярий ячмінь, жито, кукурудза на зерно.

Важливе місце серед показників економічної ефективності виробництва зерна належить собівартості, від рівня якої залежить рентабельність виробництва та прибуток господарства. На собівартість всієї сільськогосподарської продукції в цілому та зерна зокрема впливає комплекс взаємопов'язаних природно-економічних умов виробництва, таких як: родючість ґрунтів, рівень спеціалізації, концентрації та агропромислової інтеграції, ступінь забезпеченості господарства виробничими ресурсами та їх використання, ціни на засоби виробництва і тарифи на послуги, продуктивність праці та рівень її оплати, якість виробленої продукції.

В даному підприємстві існують певні особливості обліку виробництва зернових культур, тому для оформлення витрат та виходу продукції в СТОВ «Стебне» використовується ціла система первинних та зведених документів.

Продукція рослинництва надходить в господарство в надзвичайно короткі строки при різних погодних умовах. Тому важливим засобом зберігання врожаю і всієї продукції рослинництва є своєчасний і правильно організований її облік.

Оприбуткування урожаю зернових культур відображають бухгалтерською проводкою: Дт 27 Кт 231.

Специфіка галузі рослинництва полягає в тому, що в ній витрати здійснюються нерівномірно протягом значного проміжку часу і продукцію одержують в міру дозрівання культур. Ці ж особливості враховуються при організації первинного обліку.

Документування є першою подією бухгалтерського обліку, яка включає реєстрацію та фіксацію інформації про факти, операції, процеси. За принципом повного висвітлення первинними бухгалтерськими документами оформляються всі без винятку операції, які підлягають обліку. Тому, основним напрямом покращення процесу обліку продукції зернових культур є його уніфікація, тобто удосконалення первинної документації.

У СТОВ «Стебне» вся первинна документація ведеться за встановленими формами, проте доцільно удосконалити Акт на сортування і усушку продукції рослинництва, в ньому необхідно вказувати відсоток усушки зерна в межах природних втрат. Адже, списати можна будь – яку кількість даної продукції. Тому, при використанні такої інформації можна визначити чи відбулась усушка зерна, чи його не вистачає з інших причин. Після перевірки документа, відповідно, правильність записів засвідчується бухгалтером.

Відпуск зерна на сортування і сушіння відображають бухгалтерською проводкою: Дт 231 Кт 271.

Документ, на основі якого ведеться облік використання добрив є Акт про використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив, отрутохімікатів і гербіцидів, який складається після використання матеріальних цінностей і подається в бухгалтерію разом з звітом, то ж не дає можливостей оперативно контролювати дотримання норм

внесення добрив. Тому, на мою думку, необхідно на підставі вказаного Акту скласти Нагромаджувальну відомість використання добрив, отрутохімікатів і гербіцидів, щоб контролювати дотримання оптимальних строків внесення добрив у науково обґрунтованих доказах. У Накопичувальній відомості необхідно вказати реквізити, аналогічні реквізітам Акта про використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив, отрутохімікатів і гербіцидів.

При внесенні мінеральних добрив під зернові культури складають бухгалтерську проводку: Дт 231 Кт 208.

Для контролю ж за стійкістю зернових культур до несприятливих умов, доцільним є застосування на практиці Акту обстеження урожаю зернових культур, використання якого дасть змогу прогнозувати обсяги майбутнього врожаю. Своєчасне виявлення невідповідності планових показників урожайності фактичним дозволить швидко і точно визначити характер порушень процесу виробництва зернової продукції та вжити заходів для усунення негативного впливу виявлених чинників. При використанні на практиці запропонованих пропозиції щодо покращення ведення первинної документації дозволить значно зменшити затрати часу, полегшить впровадження раціональних форм облікової праці, а також сприятиме скороченню строків одержання оперативної інформації з метою прогнозування обсягів майбутнього врожаю зернових культур.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «УМАНЬФЕРММАШ»

**В.М. ЯСТРЕМСЬКИЙ, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент СКУРТОЛ С.Д.**

Несприятливі тенденції, які склалися у зовнішній торгівлі України товарами машинобудівного підкомплексу не залишають сумнівів в тому, що необхідною умовою інтенсифікації зовнішньоторговельної діяльності країни на сучасному етапі економічної депресії має стати, підвищення ефективності використання її експортного потенціалу.

Низька конкурентоспроможність вітчизняної промислової продукції, важкий фінансовий стан, недостатній розвиток вітчизняних систем сертифікації і контролю якості експортної продукції, низька підготовка спеціалістів у сфері зовнішньоекономічної діяльності, нестабільність нормативної бази країни – є головними факторами, що впливають на український експорт.

Для збільшення експорту машинобудівної продукції в межах здійснення експортоорієнтованої стратегії вітчизняних підприємств необхідно: розвивати конкурентоспроможне експортне виробництво; стримувати інфляцію; активно сприяти залученню іноземних інвестицій.

Підприємство ВАТ «Уманьферммаш» Черкаської області є успішним підприємством машинобудівної галузі, яке здійснює свою діяльність на внутрішньому і зовнішніх ринках: Росії, Білорусі, Польщі, Молдови, Азербайджану. Проте, існують фактори, що негативно впливають на господарську діяльність ПАТ «Уманьферммаш», а саме:

- низький попит та платоспроможність споживачів, зумовлені кризою сільського господарства. Це виявляється в показниках експорту продукції підприємства, які мали тенденцію до зниження;

- гостра конкуренція між виробниками аналогічної продукції, зокрема головними конкурентами ПАТ «Уманьферммаш» є: ПАТ «Токмакський ковально-штамповий завод», ПАТ «Вишевичі», ТОВ СП «Краснянске», ПАТ «Червона зірка»;

- відсутність належної державної підтримки виробників таспоживачів техніки для сільського господарства. Дотації на сільськогосподарську продукцію різко скоротилися, що призвело до кризової ситуації у сфері машинобудування.

Для покращення експортного потенціалу підприємства ПАТ «Уманьферммаш» вважаємо доцільними наступні шляхи:

1. Підвищення конкурентоспроможності виробів, що випускаються. Для досягнення цієї мети необхідно постійно удосконалювати якість продукції, відповідно до сучасних вимог. Загальна емпірична формула конкурентоспроможності товару має вид: конкурентоспроможність = якість + ціна + обслуговування. Продукція ПАТ «Уманьферммаш» не поступається продукції жодного вітчизняного конкурента по показниках конкурентоспроможності, особливо у дисковій сфері виробництва продукції. Однак потребує врегулювання процес формування цінової політики підприємства, тому що висока ціна призводить до втрати реальних та потенційних споживачів, що негативно позначається на розширенні ринків збуту продукції підприємства та фінансовому положенні самог підприємства.

2. Покращення стандартизації та сертифікації виробів. Для підприємства ПАТ «Уманьферммаш» є досить ефективним розроблення нових зразків продукції та системи сертифікації, яка дозволяє розширювати коло надійних партнерів і підвищувати конкурентоздатність продукції. Сертифікація позитивно позначається на репутації підприємства, підвищуючи його престиж в очах споживачів і партнерів. Важливим є отримання сертифікату ISO 9000 Система Менеджменту Якості. ISO 9000 – це офіційний документ, що підтверджує якість робіт і послуг організації за рахунок гарантії відповідності всіх процесів на підприємстві стандарту по якості ISO 9001: 2000, саме тому сертифікат якості ISO 9000 може гарантувати споживачеві високу якість товарів, робіт і послуг.

3. Розширення рекламної діяльності. Реклама – двигун прогресу, адже розміщення реклами це вирішальний фактор у просуванні товару на ринок до потенційних споживачів.

4. Активізація участі в міжнародних виставках. Зокрема, програма Міжнародного Форуму з питань ведення рентабельного високоефективного сільськогосподарського виробництва ІнтерАГРО є квитком на зовнішні ринки збуту продукції машинобудівного підкомплексу. Участь у виставках такого рівня можливість підприємства заявити про себе на міжнародному рівні.

5. Удосконалення управління підприємством та безпосередньо зовнішньоекономічним відділом. Претендент на місце у відділі зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства повинен орієнтуватись на ринках збуту продукції машинобудування, асортиментній політиці підприємства, потребах споживачів та конкурентів.

6. Розроблення гнучкої системи знижок та кредитування для оптових покупців, вивчення ефективності діяльності організації та проведення сезонних розпродаж зі знижками.

Отже, якщо підприємство ПАТ «Уманьферммаш» використовуватиме подані шляхи удосконалення експортного потенціалу, то може досягти найвищих результатів розвитку діяльності, що посилить конкурентоспроможність на глобальному економічному просторі та забезпечить стабільне нарощування експорту.

ОПЛАТА ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЙСИНСЬКОГО РАЙОНУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

**О.В. ЯЦЕНКО, студ. V курсу факультету економіки і підприємництва
Науковий керівник: д.е.н., професор УЛАНЧУК В.С.**

Оплата праці є тим головним джерелом, за рахунок якого працівник задовольняє свої життєві потреби. Рівень оплати праці повинен бути достатнім для відтворення не просто робочої сили як фактора виробництва, але й для розвитку здібностей людини. Проте в Україні, замість того, щоб оплачувати працю за її вартістю, посилюється розрив між ціною праці та її вартістю, що негативно діє на якість робочої сили. Внаслідок чого відбулось масове зниження життєвого рівня населення країни.

Проблему сучасного стану заробітної плати досліджували і продовжують

досліджувати багато науковців, а саме В. С. Василенко, О. С. Ветлужська, О. А. Гордеюк, Ю.М. Іванечко, П. М. Матюшко, А. І. Радчук, Т.В. Сизикова, С. В. Цимбалюк та багато ін.

Відповідно до ст. 1 Закону України "Про оплату праці" заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, в грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Заробітна плата — це одна з найскладніших економічних категорій і одне з найважливіших соціально-економічних явищ. Оскільки вона, з одного боку, є основним джерелом доходів найманих працівників, основою матеріального добробуту членів їхніх сімей, а з іншого боку, для роботодавців є суттєвою часткою витрат виробництва і ефективним засобом мотивації працівників до досягнення цілей підприємства.

Рівень заробітної плати визначає платоспроможний попит працівників і членів їхніх сімей на товари та послуги – високий рівень стимулює, а низький пригнічує їхнє виробництво. Заробітна плата посідає особливе місце в механізмі господарювання як одна з найвагоміших соціально-економічних категорій, що визначає рівень і якість суспільного розвитку.

Чутко О.А. вказує, що низький рівень заробітної плати негативно впливає на формування зайнятості, призводить до зниження мотивації та продуктивності праці, що зумовлює масову трудову міграцію сільського населення за кордон і зростання тіньового сектора в економіці України.

Згідно з даними управління АПР Гайсинської РДА найбільша середньорічна заробітна плата за 2011р становить 33,2 тис грн (ТОВ ПК «Зоря Поділля») і найнижча- 21,6 тис.грн СФГ «Новий день».

Розглянемо динаміку середньорічної заробітної плати в сільськогосподарських підприємствах Гайсинського району Вінницької області.

1. Динаміка середньорічної заробітної плати сільськогосподарських підприємств Гайсинського району

№ п/п	Показники	2009р.	2010р.	2011р.	Відхилення 2011р. до 2009р. (+;-)
1.	Витрати на оплату праці всього тис. грн.	32911,2	36315,1	42666,5	9755,3
2.	в т. ч. рослинництво	29456,6	32152,8	37950,4	8493,8
3.	тваринництво	3454,6	4162,3	4716,1	1261,5
4.	Середньорічна чисельність працівників	2501	1396	1445	-1056
5.	в т.ч. рослинництві	2182	1080	1229	-953
6.	тваринництві	319	316	216	-103
7.	Середньорічна заробітна плата працівників грн.	13159	26014	29527	16368
	в т.ч. рослинництві	13500	29771	30879	17379
	тваринництві	10829	13172	21834	11005

Як показують дані табл. 1 середньорічна заробітна плата в сільськогосподарських підприємствах Гайсинського району у 2011 р. в порівнянні з 2009 р. збільшилась на 16368 грн., в т.ч. в рослинництві на 17379 грн., і в тваринництві на 11005 грн. Це зумовлено підвищенням мінімального рівня заробітної плати та скороченням чисельності працівників, що призвело до збільшення витрат на оплату праці як в рослинництві, так і в тваринництві. Можна сказати, що рівень оплати праці в сільському господарстві попри його зростання є невисоким в порівнянні з іншими галузями народного господарства, тому бачимо сталу тенденцію відтікання працівників, особливо молоді в місто, де створені для них кращі умови.

Для підвищення рівня заробітної плати працівникам зайнятим у сільському господарстві за рахунок традиційних джерел необхідно збільшити питому вагу оплати праці працівників в собівартості продукції; здійснити перегляд ставок і відрахувань з доходів підприємств. Для цього необхідно на законодавчому рівні Кабінету Міністрів України підготувати та внести на розгляд Верховної Ради України зміни та доповнення до Закону України „Про оплату праці”, забезпечити поетапне наближення мінімальної заробітної плати до прожиткового мінімуму, встановленого на працездатну особу; розробити механізм підвищення доходів від трудової діяльності через використання джерел, пов’язаних з реструктуризацією витрат на виробництво, реалізацію резервів ресурсозбереження, стимулювання зниження матеріальних витрат та підвищення продуктивності праці.

Для нотаток

Для нотаток

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ УМАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ САДІВНИЦТВА

Збірник студентських наукових праць Уманського НУС / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. — Умань, 2013. — Ч. IV: Економічні та гуманітарні науки. — 292 с.

Адреса редакції:

м. Умань, Черкаської області, вул. Інститутська, 1
Уманський національний університет садівництва, тел.: 4-69-87

Підписано до друку 23.04.2013 р. Формат 60x84 1/16. Друк офсет.
Умов. – друк. арк. 25,51. Наклад 50 екз. Зам. № 114.

Надруковано:

Редакційно-видавничий відділ
Уманського національного університету садівництва
Свідоцтво ДК № 2499 від 18.05.2006 р.
вул. Інтернаціональна 2, м. Умань, Черкаська обл., 20305