МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

МАТЕРІАЛИ

науково-практичної конференції
викладачів, аспірантів та студентів
Сумського НАУ

(20-29 квітня 2011 р.)

ТОМ І

УДК 631.4(477.52-25(06)

Рекомендовано до друку Вченою радою Сумського національного аграрного університету (протокол №8 від 28.03.2011 р.)

Редакційна рада:

Фотіна Т.І., д.вет.н., професор
Мельник Т.І., к.б.н., доцент
Власенко В.А., д.с.-г.н.

Редакційна колегія:

Опара В.О., к.с.г.н., доцент
Шумкова О.В., к.е.н., доцент
Ксенофонтова М.М., к.е.н., доцент
Педан В.А., к.вет.н., доцент
Божко Н.В., к.с.г.н., доцент
Руденко В.П., к.т.н., доцент
Чернадчук Т.О.
Масік І.М.

М 34 Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (20-29 квітня 2011 р.). – В 3 т./Т.І. – Суми, 2011. – 459 с.

У збірку увійшли тези доповідей науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського національного аграрного університету.

Для викладачів, студентів, аспірантів інших навчальних закладів.

© Сумський національний аграрний університет, 2011

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ

Чепульський С.Г., здобувач

Одним із механізмів державного регулювання виробництва екологічно чистої аграрної продукції в Сумському регіоні, на наш погляд, має стати механізм посилення уваги до ефективності застосування організаційного ресурсу в системі управління процесом продовольчої безпеки на основі впровадження нових сучасних технологій. Залежність України і Сумського регіону від енергоносіїв та сировини на виробництво екологічно чистої сільськогосподарської продукції спонукає товаровиробників до впровадження альтернативно - інноваційної економіки.

Програмою розвитку сільських територій Сумської області на 2008–2011 рр. та Стратегією соціально – економічного розвитку Сумської області на період до 2015 р. «Нова Сумщина – 2015» передбачено, що одним із пріоритетних напрямків в агропромисловому виробництві буде робота по залученню інвесторів для обробітку невикористаних земель. Основними завданнями в інноваційній сфері аграрних формувань в Сумському регіоні є: - сприяння створенню на базі м'ясо та молокопереробних підприємств області спільно з сільськогосподарськими підприємствами холдінгів по виробництву, переробці і реалізації продукції тваринництва з метою створення стабільної сировинної бази в області і фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників; - удосконалення внутрішньогосподарських економічних відносин та комп'ютеризація аграрного виробництва; - удосконалення системи регіонального замовлення на інноваційні продукти; - поглиблення міжнародного співробітництва в інноваційній сфері; - підвищення рівня комерціалізації в результаті наукових досліджень та інновацій.

На нашу думку, головною причиною низької інноваційної активності сільськогосподарських підприємств в Сумському регіоні є відсутність довгострокових мотивацій в організації виробництва екологічно чистої і якісної аграрної продукції. Інноваційна діяльність в сільському господарстві Сумського регіону є більш ризикованою і малоприбутковою в порівнянні з іншими видами діяльності. За таких умов завданням держави, на наш погляд, є створення механізму підтримки інноваторів, який відповідатиме ефективним і адекватним вимогам здійснювати високопродуктивну інноваційну діяльність на сільськогосподарських підприємствах. Сучасне виробництво аграрної продукції потребує специфічних, відмінних від традиційної економіки, підходів до визначення і реалізації інноваційної діяльності в Сумському регіоні. Ці особливості полягають в забезпеченні збалансованості зусиль держави і ринку для отримання максимального виробництва від знань економічного і соціального розвитку регіону, ефективного впливу державної політики на засвоєння нових знань, створення умов для розвитку приватного інвестування, економії природних ресурсів та оборотних коштів; удосконалення системи оподаткування шляхом поступового зменшення податкових ставок на інвестиції і збільшення їх на споживання; створення механізму державної відповідальності за підготовку кадрів для виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції. Реалізація цих програмних завдань сприятиме економічному зростанню Сумського регіону, підвищенню якості життя громадян і відродженню соціальної сфери села.

На сьогоднішній день недостатньо уваги приділяється керівництвом регіону підвищенню ролі та значенню організаційних інновацій, які дозволили б покращити результативність системи управління і розвиток економіки на інноваційній основі і забезпечили б продовольчу безпеку Сумського регіону.

Основним функціями організаційного менеджменту в інноваційній економіці щодо погодження потреб Сумського регіону з урахуванням реалізації інновацій сільськогосподарських підприємств, створення організаційного збалансованого простору через соціальні структури є: стратегічне управління, планування виробництва і реалізація готової сільськогосподарської продукції, підвищення її конкурентоспроможності, вивчення кон'юнктури ринку та повсякденне управління господарською діяльністю сільськогосподарських підприємств; - розроблення, організація і координація, а також виконання рішень спрямованих на створення найбільш ефективних підприємницьких структур та забезпечення їх успішного функціонування; - управління маркетингом, спрямоване на досягнення бажаного обсягу продажу сільськогосподарської продукції на ринку та його вплив на рівень, час і характер попиту, втілення в життя заходів, розрахованих на встановлення зміцнення і підтримання вигідних обмінів з покупцями для одержання максимального прибутку, зростання обсягів збуту продукції, збільшення сегменту ринку.

Атмосфера сприяння інновацій в Сумському регіоні призведе до зрушень в удосконаленні діючих і застосуванні нових механізмів організації виробництва і праці або сільськогосподарського виробництва в цілому, що в підсумку ефективно впливатиме на забезпечення продовольчої безпеки в Сумському регіоні.

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗАКРИТОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА "МАЯК"

Косенко Я.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Сільське господарство - одна із галузей агропромислового комплексу, яка займається вирощуванням сільськогосподарських культур і розведенням сільськогосподарських тварин для забезпечення внутрішніх потреб та для експорту.

Сільське господарство є одним із найважливіших секторів народного господарства України, тут зосереджено близько 30% основних виробничих фондів, працює майже третина загальної чисельності працівників, зайнятих у народному господарстві, виробляється третина національного доходу, формується 70% роздрібного товарообігу. Продукція АПК є однією з основних складових національного експорту.

Важливою складовою частиною соціально-економічних передумов сільськогосподарського виробництва є трудові ресурси, особливості землеволодіння і аграрна політика держави. Саме аграрна політика держави виступає майже найважливішим фактором розвитку сільського господарства.

На протязі досить довгого часу спостерігався екстенсивний шлях розвитку сільського господарства України. До агропромислового комплексу були залучені додаткові земельні площі, особливо ріллі, збільшувалися поголів'я худоби. Площа орних земель приростала за рахунок зменшення площ інших сільськогосподарських угідь, а також внаслідок проведення водної меліорації - зрошення та осушення земель. При спробах збільшення поголів'я худоби з'являлися проблеми з її утримання через дефіцитну кормову базу і недостатнє впровадження високопродуктивних порід тварин.

Поступово у сучасній Україні екстенсивний шлях ведення сільськогосподарського виробництва поступається інтенсивному - отриманню більших врожаїв сільськогосподарських культур шляхом поліпшення обробітку земель, внесення добрив, використання кращих засобів захисту рослин, поліпшення кормової бази і піднесенню продуктивності худоби за рахунок селекції. Важливим чинником покращення сільського господарства України є політика по підтримці агропромислового комплексу та розвитку сільських територій.

Сільськогосподарське закрите товариство "Маяк" є прибутковим стабільним господарством і знаходиться на шляху покращення технологій виробництва і залучення різноманітних інвестицій. За останні роки господарство обновило ґрунтообробну і посівну техніку.

Товариство "Маяк" спеціалізується на рослинництві (виробництво зерна, технічних культур і цукрових буряків) і тваринництві (виробництво молока, м'яса ВРХ і свиней). У господарстві є в наявності особисті олійниця, крупорушка, хлібопекарня і столярний цех. У землекористуванні товариства знаходиться 4757 га сільськогосподарських угідь, в тому числі 4521 га ріллі и 236 га сінокосів. У господарстві застосовуються новітні технології вирощування сільськогосподарських культур. Наказом Міністерства аграрної політики України господарству в 2002 році було присвоєно статус племінного репродуктора з розведення північно-східного молочного типу бурої худоби. За роки перебудови і реформувань товариство "Маяк" не тільки зберегло поголів'я худоби, не зменшило об'єми виробництва, а й стало на шляху покращення і вводу новітніх технологій для сільського господарства.

Завдяки розробці бізнес-плану для закритого акціонерного підприємства "Маяк" є можливим виявлення слабких і сильних сторін підприємства і спроби збільшити прибуток господарства, шляхом оптимізації виробництва окремих складових загальної продукції. У бізнес-плані розвитку товариства "Маяк" чітко окреслена подальша схема розвитку товариства і можливі кроки для проведення інвестицій.

Отже, закрите товариство "Маяк" має великі перспективи розвитку і росту. За підтримки держави господарство взмозі провести інвестиції, побудувати новітні споруди для отримання природної енергії, таким чином покращивши свої прибутки і зменшуючи загальноекономічні витрати.

ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ КОРМОВИХ ДОБАВОК ДЛЯ ВЕЛИКОЇ РОГАТОЇ ХУДОБИ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ СТАНУ ТВАРИННИЦТВА УКРАЇНИ

Гринь С.Л., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л. І.

Стан тваринництва України – вихідний пункт для оцінки потенціалу українського ринку кормових добавок для ВРХ. Кінцевими споживачами даного продукту є тварини. Тому, в залежності від їх кількості та статевого-вікового поділу виробниками приймається рішення про виведення продуктів на ринок та їх тип. В залежності від цих досліджень ринку приймається і рішення про регіональні акценти діяльності підприємства.

Ситуація в тваринництві України складається останнім часом несприятливо для виходу на ринок таких компаній. Протягом останніх 20 років поголів'я тварин, як і кількість вироблених молока і м'яса, постійно зменшуються. Так, відповідно до статистичної книги «Тваринництво України», загальне поголів'я ВРХ зменшилося в період з 1991 до 2009 року більше ніж на 20 мільйонів тварин – з 25,2 до 5,1 мільйону голів. Поясненням такому спаду є, в першу чергу, значне зниження попиту на продукти переробки продукції скотарства. Так, відповідно до численних маркетингових досліджень, в структурі споживання м'яса на першому місці за об'ємом продажу знаходиться м'ясо птиці, на другому свинина і на третьому, з великим відставанням, яловичина. Це в свою чергу пов'язано з високими витратами на виробництво якісного м'яса ВРХ і, відповідно, високою ціною кінцевого продукту.

Особливе місце при аналізі скотарства займає молочний його напрямок. Відповідно з вище вказаним джерелом тенденція до спаду поголів'я зберігається, проте є не такою різкою. В той же період часу поголів'я корів зменшилося на 5,7 мільйона голів – з 8,5 до 2,9 млн. голів. Таке падіння тісно пов'яне із зміною структури попиту населення на молочні продукти. Після відкриття кордонів у 1991 році на відповідному ринку з'явилися міжнародні гравці з широким асортиментом продукції, яку вітчизняні переробними не могли запропонувати і ставали тим самим не конкурентоспроможними. Разом з цим знизився і попит на молоко від підприємств і населення, що, в свою чергу, призвело до банкрутства багатьох сільськогосподарських виробників.

Відповідні тенденції до спаду спостерігаються за показниками вироблених молока і яловичини.

Незважаючи на описані вище негативні тенденції галузі, позитивним є підвищення середньої продуктивності тварин. Особливо це проявляється у молочному скотарстві. Так середня молочна продуктивність однієї корови у сільськогосподарських підприємствах України виросла в період з 2000 до 2009 років з, відповідно 1588 кг/р до 3893 кг/р. У господарствах населення вона складає сьогодні в середньому 4060 кг/р. Цей показник є вирішальним для ринку кормових добавок. Для досягнення продуктивності у на рівні 3000 кг/р. Тварини, як правило, не потребують додавання окремих мінералів. В подальшому потреби організму зростають і для балансування раціонів бажане додавання кормових добавок. Відповідно до вищевказаного тенденція до зростання продуктивності тварин є фактором, який робить ринок кормових добавок більш цікавим для їх виробників і іноземних компаній.

Робота готується у тісній співпраці із німецькою компанією Йозера ГмбХ & Ко. КГ. Відповідно до її потреб і досвіду на українському ринку були розставлені акценти факторів, які мають значний вплив на розмір даного ринку.

ОБГРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК (НА ПРИКЛАДІ ВАТ "КОНОТОПСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ")

Дяченко О.В., студ. 5 курсу, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Більшість керівників українських підприємств прагнуть впроваджувати стратегічне управління в діяльність своїх організацій, що передбачає організацію роботи підприємства відповідно обраної маркетингової стратегії. Однак, перш ніж розробляти стратегію, на базі якої здійснюється стратегічне управління підприємством, необхідно оцінити готовність підприємства саме до такого, стратегічного підходу в управлінні.

Провівши аналіз стану справ в області управління маркетинговою діяльністю на підприємстві ВАТ "Конотопський хлібокомбінат", серед загальних недоліків можна назвати наступні:

- відсутність єдиного методологічного підходу до маркетингової концепції підприємства;
- орієнтацію керівництва організації на застарілі маркетингові концепції;
- відсутність єдиної служби маркетингу на підприємстві і цілеспрямованої діяльності в області управління маркетинговою діяльністю;
- відсутність ясних стратегічних цілей і планів підприємства і лінійних підрозділів;
- недостатня діяльність організації в області реклами і стимулювання збуту.

Причиною усіх вище наведених недоліків і недоглядів є непорозуміння й ігнорування керівництвом організації ролі і місця маркетингу і маркетинг-менеджменту в управлінні підприємством.

Створення служби маркетингу дасть можливість поліпшити загальний комплекс маркетингу, а саме:

- загальний рівень економічного розвитку підприємства;
- рівень розвитку конкурентних відносин;
- якість обслуговування споживачів;
- розвиток засобів стимулювання збуту;
- розширення ринків збуту, а саме ринку державних установ;
- наявність передової стратегії;
- здатність підприємства до маневру, гнучкості у пристосуванні до змін;
- види і кількість реклами;
- рівень планування на підприємстві;
- формування уявлення про майбутні напрямки розвитку організації;
- власний розвиток та вихід на закордонний ринок, шляхом диверсифікації виробництва і розподілу продукції.

Тому, підприємству доцільно запровадити наступні стратегії інтенсивності росту: стратегія глибокого проникнення на ринок, стратегія розвитку ринку та стратегія розвитку товару.

Стратегія глибокого проникнення на ринок передбачає: активізацію рекламної діяльності, підвищення рівня сервісного обслуговування, застосування засобів стимулювання збуту, розвиток збутової мережі.

Стратегія розвитку ринку також є формою збільшення обсягів продажу частки ринку і прибутку, але передбачає проникнення підприємства на нові ринки завдяки виходу на нові територіальні ринки збуту та реалізації товару через нові канали збуту.

Третьою альтернативою стратегії інтенсивного розвитку є стратегія розвитку товару, яка спрямована на вдосконалення або розробку нових товарів для наявного кола споживачів і передбачає підвищення якості товару, розробку нових товарів, розширення асортименту.

Стратегія розширення місткості ринку може бути реалізована підприємством ВАТ "Конотопський хлібокомбінат" через збільшення обсягів споживання товару, яке є варіантом стратегії глибокого проникнення на ринок, та пошук нових потреб або нових споживачів.

На підприємстві пропонується створити відділ маркетингу, який буде реалізовувати маркетингові стратегії та плани організації.

По-перше, новій службі маркетингу потрібно розробити заходи щодо реклами і стимулювання збуту.

Як найбільш ефективні канали розповсюдження реклами можна розглядати наступні: преса - доступна всім верствам населення, інтернет, радіо.

У числі заходів в рамках рекламної кампанії можна запропонувати: видання листівок про товарні новинки; підготовка до друку рекламних буклетів; підготовка інформації про пропоновану продукцію для міських новин на місцевому радіо.

З метою стимулювання збуту товарів підприємство може надавати покупцям додаткові послуги: безкоштовна доставка товарів, система попередніх замовлень продукції, продаж товарів в кредит.

Отже, найбільш істотним результатом впровадження зазначених заходів буде загальне зростання конкурентоспроможності підприємства, отримане внаслідок методично правильного підходу до організації маркетингової стратегії підприємства.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЯЛОВИЧИНИ З УРАХУВАННЯМ ВІДГОДІВЕЛЬНИХ ОЗНАК РІЗНИХ ПОРІД БИЧКІВ

Колодка Т.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Економічна криза та зменшення доходів населення призвели до скорочення попиту на яловичину. В зв'язку з тим, що яловичина являється відносно дорогим продуктом харчування на прилавках магазинів і на її ціну впливають різноманітні фактори, в тому числі і якість, велика кількість покупців частіше вживають інші види м'яса, наприклад такі як курятина, свинина або риба.

Нестабільність цін на ринку та скорочення попиту на яловичину означають високий ризик для виробника. Відносно довга тривалість відгодівлі при вирощуванні бичків ускладнює швидке пристосування до змін ринку. У цьому критичному становищі, в якому знаходяться спеціалісти в області скотарства, важлива та необхідна розробка логічної моделі, як в майбутньому повинна бути організована рентабельна інтенсивна відгодівля бичків.

При інтенсивній відгодівлі биків значний вплив на її результати має порода великого рогатого скота. Основними параметрами продуктивності для прибуткової відгодівлі бичків, на які має вплив фермер, являються високі щоденні прирости і як результат коротка подальша відгодівля, низькі витрати на корми, менші видатки на робочу силу на одного бичка та оптимальна передзабійна вага. Високий середньодобовий приріст ваги може бути досягнутий за рахунок інтенсивного харчування за весь період відгодівлі.

На підприємстві «Агросолюшинс», що знаходиться в Київській області, відгодовують близько 6000 бичків за рік. Були зібрані та проаналізовані дані, які стосуються симентальської, української червоно-рябої, української чорно-рябої, голштинської, абердин-ангуської та симентальської м'ясної порід.

Абердин-ангуська порода показала найкращі результати. Вона має генетично обумовлену скоростиглість, високий забійний вихід, найкращу «мармуровість» та якість мяса, а також життєздатність телят. Абердин-ангуси мали високий щоденний приріст та найвищу забійну вагу. Маржинальний доход бичків абердин-ангуської породи у відношенні до інших порід більший на 120 євро за голову. Тривалість відгодівлі абердин-ангусів сягала 275 днів, що трохи більше, ніж, наприклад, в бичків української чорно-рябої породи. Але цей недолік компенсовиний за рахунок високої забійної ваги.

На другому місці знаходиться симентальська порода м'ясного типу. Ця порода, у поєднанні з її невибагливістю, має також високий щоденний приріст, а саме 1220 г.

Дещо гіршої відгодівельної на забійної продуктивності досягли українська чорно-ряба, українська червоно-ряба, голштинська породи, так як вони в першу чергу молочного напрямку продуктивності.

Згідно літературних джерел голштини мають гірший забійний вихід ніж м'ясні та комбіновані породи. Але щоб розпізнати дійсні відмінності, пропонується проведення досліду по вирощуванню бичків схрещених порід (чорно-ряба)х(чорно-ряба) та (симентальська)х(чорно-ряба) з послідуючим точним вимірюванням живої та забійної ваги для точного визначення забійного виходу кожної породи.

Отже, для ефективного розвитку виробництва яловичини в Україні, перш за все, необхідно зміцнювати племінні репродуктори м'ясних порід, оскільки в даний час племінне поголів'я м'ясних порід дуже незначно за кількістю, так і за породному складу.

ПРОБЛЕМИ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ СОРТУВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ

Тарасенко О.І., магістрант
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Україна має великий потенціал у сільському господарстві. Родючі ґрунти (9% світового чорнозему) та м'який клімат дають можливість інтенсивно розвивати агровиробництво. Попит на свіжі фрукти та овочі постійно зростає, але використання земель під плодоовочеві культури щорічно знижується приблизно на 2-3%. Державне виробництво плодів та овочів складається з 90% продукції фермерських господарств та 10% продукції сільськогосподарських підприємств.

У країнах Європейського Союзу широко розповсюджена кооперація між фермерськими господарствами. Але в Україні кооперативи не мають поширення, тому що вони асоціюються з колгоспами радянських часів. Натомість, в Україні існує додаткова ланка між виробником та споживачем – це посередники. Вагома частка прибутку залишається у зайвих посередників, які скуповують за заниженими цінами плоди та овочі у фермерських господарств. Найбільше овочів в Україні виробляє Херсонська область, фруктів – Дніпропетровська. Фактором, який також стримує розвиток плодоовочівництва в Україні є мораторій на продаж земель сільськогосподарського призначення та розбалансованість плодоовочевого ринку. Цією обставиною і користуються комерційні структури, які заробляють надприбутки, імпортуючи величезні обсяги цих товарів з-за кордону.

Неефективна кредитна система, нестача фінансових ресурсів, технологій складування та сортування роблять слабким плодоовочевий ринок України. Технічний стан сільського господарства знаходиться на низькому рівні. На більшості плодоовочевих підприємств використовується зношена техніка майже у всіх процесах виробництва. Сучасні сортувальні технології в Україні не розвинуті, але на українському ринку існує нагальна потреба в них. На даний час в Україні функціонує «Каховський експериментальний механічний завод», який також виробляє сортувальні лінії ще з радянських часів, якість яких знаходиться на низькому технологічному рівні. Таким чином, плодоовочеві фірми намагаються купувати сучасні сортувальні машини закордоном. Лише половина великих українських плодоовочевих підприємств мають сортувальні машини, всі інші – сортують сировину вручну. Якісне сортування плодів та овочів в промислових масштабах вручну нездійсненне, тому країна потребує сортувальні машини високої якості.

Сьогодні для світових плодоовочевих підприємств стало актуальним використання новітніх сортувальних технологій. Найважливішими перевагами використання новітньої сортувальної техніки є підвищення інвестиційної привабливості плодоовочевого бізнесу, збільшення рентабельності сільськогосподарського виробництва, економія людської робочої сили, якісне сортування плодоовочевого врожаю та скорочення часу для сортування.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ВАТ «КРОЛЕВЕЦЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД»

Іллєнко О.В., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Формування ринкових відносин в аграрному секторі національної економіки не можливе без здійснення відповідних економічних реформ та включення України у світові інтеграційні процеси. Особлива роль при вирішені цих проблем належить зовнішньоекономічній діяльності та вдосконаленню механізмів її регулювання.

Незважаючи на велику зацікавленість суб'єктів підприємницької діяльності у використанні права виходу на зовнішній ринок і здійснені експортно-імпортних операцій та отриманні валютних коштів, але не завжди результати цієї діяльності є позитивними. Тому перед суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності постають проблеми аналізу динаміки, кон'юнктури міжнародних і внутрішніх ринків і на цій основі – розробки механізмів просування товару на зовнішні ринки, які б сприяли достатній гнучкості в поведінці суб'єктів господарювання та оперативності у прийнятті ними відповідних рішень.

Підприємства, що зацікавлені у просуванні своєї продукції за кордон головним чином прагнуть підвищити ефективність операційної діяльності за рахунок експорту. Вміло організована експортна діяльність може стати запорукою ефективного розвитку підприємства в цілому. Нажаль, не всім підприємствам вдається ефективно здійснювати експортну діяльність та зберегти вже налагоджені контакти.

Отже, необхідність існування зовнішньоекономічних зв'язків обумовлюється тим, що різні країни мають різні виробничі умови. Виходячи з цього, країни спеціалізуються на виробництві такої продукції, яка значною мірою дешевша від зарубіжних аналогів, що в кінцевому підсумку приносить прибуток кожній країні учасниці.

Для ВАТ «Кролевецький хлібозавод», що виробляє хлібобулочну продукцію найбільш перспективною продукцією є хліб марки «Поліський», «Пшеничний», «Самарський», «Солодовий». Наданий момент провідні спеціалісти займаються питанням про створення нового асортименту продукції який підвищить строк зберігання хліба до 7 діб та зробити його максимально натуральним та корисним для здоров'я споживачів. Даний вид хліба на заквасці в майбутньому надасть можливість вийти на сусідній закордонний ринок. Найбільш вигідним ринком для просування хлібобулочної продукції є прикордонні області Російської федерація та Білорусії. Але на цей час досліджуване підприємство зовнішньоекономічною діяльністю не займається.

Найбільш значущим аспектом, що впливає на ефективність просування продукції ВАТ «Кролевецький хлібозавод» за кордон, зважаючи на нестабільне середовище зовнішнього ринку, є маркетингова політика підприємства. Маркетинг – явище складне, багатопланове і динамічне. Цим пояснюється неможливість дати чітке, універсальне визначення суті маркетингу. Оскільки маркетинг є породженням ринку, то його концепція передбачає систему організації і управління виробничо-збутовою і торгівельною діяльністю підприємства, зорієнтованою на вимоги ринку, реальні запити і потреби покупців у товарах та послугах, що є основою одержання і збільшення прибутку, стабільного соціального розвитку колективів підприємства.

Вітчизняні суб'єкти діяльності будь-якої сфери, мають незначний досвід, не володіють методами сучасного маркетингу і, як наслідок, припускаються багатьох помилок і, при інших умовах, програють конкурентну боротьбу.

Постає питання, в якій саме формі маркетингова діяльність може бути представлена на ВАТ «Кролевецький хлібозавод». Для цього може бути створений відділ маркетингу. Створення такого підрозділу на підприємстві не потребує великих витрат, адже для проведення маркетингових досліджень можна залучити одного спеціаліста. У обов'язки спеціаліста з маркетингу входить:

- визначити цілі маркетингу;
- слідкувати за кон'юнктурою на зовнішньому ринку;
- вибір найбільш перспективних товарів для експорту;
- вибір цільових ринків;
- збирати та обробляти інформацію;
- контроль маркетингової діяльності.

Підприємство та його маркетингова система – це відкрита система, яка взаємодіє з зовнішнім середовищем і має проникні границі. Між підприємством і зовнішнім маркетинговим середовищем відбувається постійний обмін інформацією. Таким чином для досягнення позитивного результату підприємством ВАТ «Кролевецький хлібозавод» від просування товару на зовнішній ринок потрібно створити службу маркетингу, яка зможе розробити план експорту продукції, визначити найбільш перспективних покупців та врахувати фактори зовнішнього середовища, що можуть вплинути на вигідність зовнішньоекономічної операції.

ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лях С.Ю., студ. 4 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Сталий розвиток агропромислового комплексу та соціально – економічне зростання країни великою мірою залежить від інвестиційної привабливості економіки України в цілому і конкретного підприємства зокрема. За умов обмеженості внутрішніх джерел найбільш привабливим засобом матеріально – технічного та фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств є іноземні інвестиції. Отже, термін «інвестиції» походить від латинського слова “invest”, що означає вкладати. У більш широкому трактуванні інвестиції вважаються вкладенням капіталу з метою подальшого його збільшення. Політика України щодо державного регулювання іноземних інвестицій визначається Законами «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про режим іноземного інвестування», «Про захист іноземних інвестицій».

Питанням розв’язання інвестиційних проблем української економіки присвячується багато наукових праць, а зокрема досліджували ці проблеми такі вчені: І.Л.Сазонець, С. Марченко, А.А. Пересада та інші. А також серед науковців, які приділяли значну увагу дослідженню інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств, слід відмітити І.О. Бланк, А.А. Пересада, А.В. Чупіс, В.А. Струніна, В.Є.Швець.

Мета дослідження полягає в вивченню привабливості аграрної сфери інвестування та можливості отримання ефекту від залучення інвестицій.

У реконструкції та модернізації за участю іноземного капіталу має потребу все агропромислове господарство України – від первинних виробничих процесів у сільському господарстві до випуску кінцевого продукту. Зростання обсягів інвестицій у сільське господарство України розпочалося у зв’язку зі вступом нашої держави в СОТ. Особливістю сільського господарства є те, що як галузь воно має дві основні підгалузі: рослинництво і тваринництво, які в свою чергу поділяються за видами виробленої продукції. Іншою особливістю сільського господарства є земля, як специфічний ресурс, використання якого впливає на результати всієї господарської діяльності. За площею ріллі з розрахунку на душу населення Україна посідає восьме місце в світі. Зараз на 100 чоловік в Україні припадає 66 га ріллі, тоді як у США - 62 га. Рівень розораності сягнув в Україні 79 % загальної площі земель сільськогосподарського призначення.

На сьогоднішній день багато сільськогосподарських підприємств потребують залучення інвестицій так як мають потребу в грошових коштах. Підприємство потребує коштів для фінансування своєї основної діяльності (для придбання сировини, матеріалів, основних засобів). А також у підприємств відчувається дефіцит обігових коштів, що є наслідком порушення фінансової рівноваги. Це може призвести до втрати ліквідності та платоспроможності. Підприємство залучає інвестиції для забезпечення максимальної дохідності, високих темпів економічного розвитку та конкурентоспроможності.

За даними головного управління статистики в Сумській області на підприємства сільського господарства іноземні інвестиції надходять з 10 країн світу: США, Кіпру, Нідерландів, Франції та ін. В 2010 році обсяг інвестицій в сільськогосподарські підприємства Сумщини склав 17,9 млн. дол. США (7,9 %). Проаналізувавши стан досліджуваного сільгосппідприємства можна зробити висновок, що на сучасному етапі його розвитку є перспективним збільшення «земельного банку» господарства. Тобто потрібні інвестиції для взяття в користування на умовах оренди землю. Припустимо, що господарству потрібно збільшити свою площу орних земель з 200 га до 700 – 800 га. Враховуючи, що середня вартість ріллі по області за нормативно грошовою оцінкою становить 11180,8 грн. за 1 га, а визначений Указом Президента мінімальний розмір орендної плати становить 3 %, то необхідно 335 грн. за 1 га орендної плати. А за попередніми підрахунками для вирощування 1 га сільгосппродукції потрібно вкласти в середньому 3800 – 4500 тис. грн. Отже, для того щоб збільшити площу орних земель і їх обробіток господарству буде потрібно в середньому 3,5 – 4,5 млн. грн. В подальшому буде доцільно розглянути методики визначення інвестиційної ефективності, яка враховує наступні аспекти: - оцінка ефективності інвестиційних проектів повинна здійснюватися на основі порівняння обсягу інвестиційних витрат із сумами і строками повернення інвестиційного капіталу; - оцінка обсягу інвестиційних витрат повинна охоплювати всю сукупність ресурсів, що використовуються і пов’язані з реалізацією проекту; - оцінка повернення вкладеного капіталу проводиться за показником чистого грошового потоку, що включає в себе суму чистого прибутку та амортизаційних відрахувань у період здійснення інвестиційного проекту; - при приведені грошового потоку до теперішньої вартості по різних інвестиційних проектах необхідно застосовувати диференційний підхід до вибору ставки дисконту.

Отже, для інвестиційного забезпечення аграрного сектора економіки необхідна виважена державна підтримка. Держава має виконувати функції гаранта стабільності інвестиційного клімату, також ефективний розвиток сільського господарства в умовах розвитку ринкових відносин в Україні неможливий без активізації інвестиційної діяльності, істотного збільшення обсягу інвестицій, обрання найефективніших джерел фінансування.

ЗНАЧЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ЗЕД

Мурачова Н.В., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

У зв'язку із бурхливим процесом виникнення і розвитку монополій і завзятим використанням ними монопольної влади виникло антимонопольне законодавство. Антимонопольне законодавство - сукупність законодавчих, урядових та інших нормативно-правових актів, які обмежують монополізацію виробництва, утворення монопольних структур і об'єднань (крім спеціально визначених державою). Воно сприяє свободі підприємництва, вільному і рівному для всіх праву вибору напряму виробничої чи торговельної діяльності, встановлення цін, одержання та розподілу прибутку. Зараз антимонопольне законодавство є актуальним, оскільки чи не щодня порушуються справи про його недотримання, а деякі з них набувають неабиякого розмаху. Для прикладу, справа про порушення антимонопольного законодавства найбільшим у світі виробником комп'ютерів IBM (International Business Machines) тягнулася 13 років, і за цей час було списано 60 млн. сторінок паперу. Слід зауважити, що аналогічні справи порушуються проти більшості великих компаній (як уже названа IBM, Microsoft та ін.) Глибокі економічні дослідження стали причиною виникнення антимонопольного законодавства. Саме вони довели, що монополія, частіше всього, шкідлива для суспільства, оскільки спричиняє збільшення суспільних витрат. Під антимонопольним регулюванням в сфері ЗЕД розуміється процес обмеження монопольної діяльності іноземних суб'єктів, що передбачає безпосереднє державне регулювання на конкретних монополізованих ринках, або діяльності конкретних монопольних утворень шляхом централізованого встановлення кількісних і якісних показників. Метою дослідження, поставленої перед нами, був аналіз антимонопольного регулювання на прикладі Сумського територіального відділення Антимонопольного комітету України. Серцевиною антимонопольного регулювання є Закон України «Про захист економічної конкуренції». Комітет активізував і міжнародні контакти. За останній період відбулась низка важливих зустрічей з представниками конкурентних відомств та громадських організацій Італії, Франції, Німеччини, США, Кореї, країн СНД. Підписано важливі міжвідомчі угоди про співпрацю в галузі конкурентної політики з Францією, Грузією та Азербайджаном. Нещодавно, відповідно до офіційного запрошення від Генеральної дирекції з питань конкуренції, споживання та боротьби з шахрайством Міністерства економіки, фінансів та промисловості Франції голова Сумського обласного територіального відділення взяв участь в учбовому візиті до міста Тулузи, який відбувся у рамках програми ПОБРАТИМСТВА Tacis №UA -06/PCA/F103 і передбачав співробітництво українського та французького конкурентних відомств. Зазначена учбова поїздка дала можливість отримання знань щодо практики впровадження законодавства про захист економічної конкуренції у країнах ЄС та використання отриманих знань для подальшого удосконалення діяльності територіального відділення. У рамках проекту «ТВІНІНГ» працівники відділення взяли участь в організованому спільно з французьким конкурентним відомством семінарі з питань методики проведення розслідування на прикладі розгляду конкретних справ. Також слід відмітити, що в цьому році відбулася співпраця антимонопольних органів при розслідуванні справ, пов'язаних з роумінговою діяльністю операторів мобільного зв'язку. Проаналізувавши роботу та розглянувши низку справ, ми вирішили запропонувати створити відділ з питань зовнішньоекономічної діяльності, адже кількість справ, які розглядає Сумське тер-відділення є дуже великою і доволі значну кількість займають справи, пов'язані з ЗЕД. Одним із важливих завдань регулювання ЗЕД є диверсифікація зовнішньоторговельних зв'язків, яка дасть змогу ліквідувати надмірну (від 20 до 90%) залежність економіки від монопольного імпорту стратегічно важливих товарних позицій (енергоносіїв, сировинних та інших матеріальних ресурсів) для життєво важливих галузей національного виробництва. Кількість звернень пов'язаних з ЗЕД збільшується з кожним роком, тому працівникам одного відділу з розслідування справ складно розглянути всі заяви та звернення.

Отже, в перспективі, для полегшення роботи Сумського тер-відділення, на нашу думку є доцільним створити відділ з питань ЗЕД, де буде достатньо принаймні одного працівника з юридичною освітою. Як бачимо, антимонопольне законодавство посідає значне місце в економіці та господарському праві як один із способів державного регулювання економіки, а саме обмеження утворення монополій, використання ними монопольної влади, а також недопущення незаконних дій у конкурентній боротьбі. Метою антимонопольного регулювання в сфері ЗЕД є захист інтересів вітчизняних споживачів і суспільства в цілому від негативних наслідків монопольної діяльності іноземних господарюючих суб'єктів. Ми вважаємо, що для досягнення цієї мети необхідно: забезпечити оптимальний баланс інтересів монопольних утворень і суспільства; запобігти одержанню господарюючими суб'єктами надприбутків внаслідок використання монопольного становища; забезпечити нормативний рівень якості товарів, що виробляються монопольними утвореннями; забезпечити необхідні обсяги товарного наповнення ринку та доступ усіх членів суспільства до певних товарів, що постачаються на ринок монопольними утвореннями та регулювати забезпечення товарами специфічних груп споживачів і територій.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Гасич Л.О., студ. 5 курсу ФМ,спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних преваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи.

Актуальність теми. За сучасних умов прискорення світового інтеграційного процесу дедалі збільшується актуальність питань ефективного розвитку економіки України. Еволюція національної економіки ґрунтується на створенні її конкурентоспроможності, головною умовою забезпечення якої є конкурентоспроможність національних підприємств.

Дослідженню проблем конкурентоспроможності приділено значну увагу в працях багатьох вітчизняних учених: З.С. Варналія, Л.Л. Антонюка,О.В. Зозульова,О.Л. Каніщенка,І.М. Рєпіна,А.О, Л.А. Стрий, О.С. Федоніна, російських: Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова, Г.Л. Азоєва, Є.В. Лазарева, Є.Ф.

Мета: виявлення передумов, тенденцій розвитку в Україні стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства.

Існують різні інтегральні підходи до вирішення домінантних проблем управління: 1)стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства.(Сформулювати такі завдання, які дають можливість виявити ключові характеристики конкурентоспроможності підприємства). Перше завдання, яке виникає на підприємстві, що функціонує в умовах ринку, - це елементарне виживання або здатність оплачувати свої рахунки, тобто забезпечення платоспроможності. Після досягнення платоспроможності виникає звичайне завдання досягнення прибутковості діяльності. На цьому етапі маркетингові заходи необхідно доповнити заходами економічними та організаційно-технологічними (аналіз ефективності виробництва, технологічності тощо); 2) Структурування і відповідна до цієї системи характеристика - адаптивність системи управління. Це означає, що система управління повинна сприяти реалізації стратегічної концепції підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як одне з найважливіших стратегічних завдань, а фінансовий стан і особливо фінансову стійкість підприємств - як засіб управління конкурентоспроможністю підприємства на перспективу.

Формування стратегічної системи управління підприємства передбачає розробку і реалізацію відповідних заходів як на державному рівні, так і на рівні окремих підприємств.

На державному рівні - з позицій забезпечення умов для розвитку сприятливого конкурентного середовища;а) це вдосконалення, а в окремих сферах діяльності - створення нормативної бази управління конкурентоспроможності підприємства, забезпечення стабільності вимог нормативних документів на всіх рівнях управління;б) формування ефективної конкурентної політики;в) створення сприятливого інвестиційного клімату й умов для ефективного залучення інвестицій,(можливість розпочати ліквідацію інвестиційної кризи);г) розвиток приватизаційних процесів, у тому числі з виходом на міжнародні ринки капіталу, вирішення проблеми приватизації стратегічних галузей за гроші, а також продажу об'єктів приватизації разом із земельними ділянками;ґ) зниження вхідних бар'єрів, пов'язаних із започаткуванням і функціонуванням суб'єктів підприємства.

На рівні підприємства. Ринкові відносини ставлять перед підприємствами чітко визначені цілі: максимальне задоволення споживчого попиту та високий рівень економічної діяльності, реалізація яких сприятиме досягненню міцних конкурентних позицій на ринку.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства можна поділити на такі організаційні етапи: 1) стратегічний моніторинг. Інформація повинна відображати суперечливість економічного середовища, альтернативність тенденцій, протиріччя системи, економічних інтересів, ділових партнерів та конкурентів;2) врахування зовнішнього середовища.(оцінка нестабільності зовнішнього середовища, оцінку фактичного стану для прогнозування на довготермінову перспективу);3) мета ситуаційного аналізу.(Інтегральна оцінка фактичного стану потенціалу підприємства). Економічна діагностика слугує основою для подальшої стратегічної діагностики можливостей підприємства, його самовизначеності та меж впливу на існуючих конкурентів.

Слід зазначити, що стратегічна система управління може істотно впливати на ефективність діяльності підприємства лише тоді, коли її належним чином адаптовано до ринкових умов господарювання.

Основні напрями вдосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства:

1) поліпшення управління ресурсами підприємства;2) вдосконалення інструментарію управління на основі встановлених принципів; 3) вдосконалення механізмів оптимально-максимальної реалізації конкурентоспроможної продукції; 4) вдосконалення нормативної та правової бази інвестиційного процеси; 5) вдосконалення попиту; 6) вдосконалення управління якістю продукції;7) поліпшення системи планування як основної ланки управління підприємством; 9) стратегічний моніторинг; 12) вдосконалення механізму квотування;13)впровадження компенсаційно-корегуючих механізмів.

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Калачевська Л.І., к.е.н., доцент

У забезпеченні стійких темпів розвитку економічних систем вирішальним є фактор науково-технічного прогресу (НТП). Оскільки механізм реалізації НТП на макрорівні залежить від реалізації інноваційних процесів на мікрорівні, саме успішна інноваційна діяльність підприємств дозволить їм підвищити ефективність виробництва і забезпечити перехід до стійкого зростання економіки регіону в цілому.

В галузі розробки фундаментальних основ і практичного рішення питань інноваційного менеджменту значний внесок належить роботам таких зарубіжних дослідників, як Й.Шумпетер, Е.Роджерс, Б.Санто, Б.Твисс, Р.Б.Ноздрова, Р.А.Фатхутдінов, Л.І.Цигічко і вітчизняних вчених, зокрема П.П.Микитюка, М.П.Денисенка, Л.І.Михайлової, О.І.Амоші, І.П.Булєєва, В.М.Геєця, та інших фахівців науково-дослідних інститутів НАН України: Інституту аграрної економіки, Інституту економічних проблем прогнозування, галузевих НДІ та інших науково-дослідних організацій України. Проте, розробка всебічно обґрунтованого концептуального підходу до вирішення проблем інноваційного менеджменту поки не завершена.

В умовах невизначеності перспектив розвитку на етапі переходу до стабільного росту вітчизняної економіки об'єктивно скорочуються масштаби здійснення нововведень. Так, згідно даних Державного комітету статистики за період з 2000 по 2009 рр. питома вага промислових підприємств України, що впроваджували інновації, скоротилася з 14,8% до 10,7 %. Крім того, зниження інноваційної активності обумовлено і недостатньо ефективною інноваційною політикою на всіх рівнях господарювання. У цьому відношенні нова стратегія економічної і соціальної політики України, що передбачає «розвиток інноваційної моделі економічного росту України як високотехнологічної держави», є позитивним явищем. Разом з тим, як і раніше, недостатньо чіткими й обґрунтованими залишаються цілі, критерії розвитку економіки взагалі і найважливіші напрямки інноваційної політики, зокрема. Навіть на порівняно успішних підприємствах відсутня довгострокова інноваційна стратегія, їх орієнтація на тимчасову вигоду перешкоджає формуванню фінансової бази нововведень і зменшує потенційні можливості інноваційного розвитку.

Поточна ефективність функціонування підприємств не гарантує їх стійкий розвиток у довгостроковому періоді, а формування необхідних передумов успішного перспективного росту пов'язано, в першу чергу, з інноваційною діяльністю підприємств. Підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств пов'язане з формуванням цілеспрямованого інноваційного менеджменту, який є частиною загального менеджменту, і, в той же час, виступає як автономне утворення, що викликає необхідність поглибленого вивчення його теоретико-методологічних основ і використання в сучасній практиці.

Необхідно зазначити, що в Україні інноваційна інфраструктура ще недостатньо розвинена, не охоплює всі сфери інноваційного процесу і не має системного підходу до забезпечення відповідними послугами у сфері інноваційної діяльності. За сучасних умов в Україні сформовані лише деякі елементи інноваційної структури, практично не діють венчурні фонди і центри трансферу технологій, лише утворено 24 інноваційних бізнес-інкубатори та 16 технопарків, хоча тільки 8 з них діють. Крім того, немає належної підтримки діяльності винахідників, науковців, які мають завершені науково-технічні розробки та захисту прав на інтелектуальну власність; також недостатньо реалізовується освітній і науковий потенціал у сфері інформаційно-комунікаційних, високих технологій тощо; відсутня належна державна підтримка інноваційно-активних підприємств, частка державних інвестицій в інноваційну діяльність в 2009 р. становила 1,6%, в той час як 65 % фінансування належить підприємству.

Саме тому, необхідно удосконалити інноваційну політику держави, збільшити державне фінансування підприємств, що дозволить істотно активізувати виробничу активність, збільшити кількість робочих місць, а також стимулюватиме інноваційний розвиток підприємств, регіонів та економіки країни загалом. Крім того, важливими напрямами удосконалення інноваційної активності підприємств є:

- необхідність створення належної системи прогнозування науково-технологічного, інноваційного розвитку країни;
- створення системи багаторівневої освіти в інноваційній сфері;
- забезпечити тісний взаємозв'язок між складовими інноваційної системи України;
- оптимізація і підвищення ефективності діяльності державного сектора науки тощо.

Саме ефективне впровадження перелічених заходів може супроводити значне підвищення інноваційної активності країни, що вплине на рівень конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку. Для удосконалення та мотивації інноваційної діяльності необхідно створювати правові, економічні, податкові механізми, які сприятимуть розвитку інноваційної діяльності України. Важливим завданням залишається упорядкування діяльності існуючих об'єктів інноваційної діяльності та координації процесів створення і розвитку нових установ.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН

Кабанець О.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

Широко поширена думка, що в розвинених капіталістичних країнах економіка розвивається стихійно, а ціни встановлюються абсолютно вільно під впливом попиту і пропозиції. Тим часом особливістю сучасного державно-монополістичного капіталізму є активне втручання держави і в економічне життя в цілому, і в процес ціноутворення. Регулювання цін здійснюється як в рамках міжнаціонального співтовариства (ЄС), так і усередині країни, у тому числі і в країнах з розвиненим державним сектором (Австрія, Німеччина, Франція, Японія), і в країнах, де держсектор займає незначне місце (США).

У країнах Європейського співтовариства (ЄС) діє наднаціональне регулювання цін на продукцію сільського господарства і чорної металургії, охоплюючи приблизно 15 % цін. Вирішення про рівень максимальних і мінімальних цін, а також цін підтримки на сільськогосподарську продукцію приймає Пораду міністрів ЄС, що складається з міністрів сільського господарства цих країн за пропозиціями Комітету Європейського співтовариства (КЕС). Регулювання цін здійснюється з диференційованим підходом і дозволяє регулювати рівні доходів і накопичень фермерів, а отже, і відтворювальний процес в сільському господарстві. Найбільш важливу роль грають такі форми ціни підтримки, як інтервенційна (ціна втручання), цільова (контрольна або орієнтована) і порогова ціни.

На основі цільової визначається рівень пороговою, верхньою, кордони ціни. При розрахунку до вихідного рівня порогової ціни додають транспортні витрати з таким розрахунком, аби вона була декілька вище цільовий. Це дозволяє захистити внутрішні фермерські ціни від зовнішнього тиску нижчих світових цін. Крім того, при ввезенні продовольчої продукції в ЄС держава встановлює компенсаційний митний збір, розмір якого постійно міняється залежно від рівня світових цін і є різницею між жорстко фіксований пороговою ціною і світовою ціною. В результаті світова ціна з врахуванням митного збору і транспортних витрат піднімається до цільової ціни усередині країн ЄС.

Таким чином, політика регулювання фермерських цін заснована на принципі переважного забезпечення фермерських доходів через ринок і ціну за рахунок споживача. Фінансування сільського господарства здійснюється за допомогою штучного завищення цін в порівнянні зі світовими і заходів аграрного протекціонізму. Зростання цін підтримки постійно зіставляється з темпами інфляції в країнах ЄС, а урядові органи країн ЄС ведуть спостереження за витратами виробництва фермерів, відстежують індекси цін на продукцію рослинництва (9 груп), тваринництва (4 групи), на товари, послуги і капітальні вкладення, споживані в сільському господарстві для обгрунтування цін витрат.

У чорній металургії контроль за цінами здійснює Європейське співтовариство вугілля і сталі (ЕОУС), яке є картелью в цій області. Для країн ЄС встановлюються тверді базисні мінімальні ціни, диференційовані залежно від базисного розміру або якості продукції, а також доплати до базисних цін (за якість, обробку, упаковку, проведені випробування, стандартність) і знижки. Розмір знижок і доплат міняється, оскільки залежить від співвідношення попиту і пропозиції. Ці дані постійно публікуються в прейскурантах ведучий монополій.

Проводячи таку політику країни ЄС досягають стабілізації цін на вугілля і продукцію чорної металургії, що є частиною програми боротьби з кризою цих галузей. Провідні виробники і експортери металопрокату здійснюють і політику погодженого підвищення цін на світовому ринку. Протекціонізм в ЄС з метою захисту вітчизняних товарів від імпортних застосовується в текстильній промисловості, суднобудуванні, виробництві легкових автомобілів, побутової енергетики, верстатів з програмним управлінням. Наприклад, для фінансування підприємств суднобудівельної галузі у ФРН і Франції, які є неконкурентоздатними, але мають стратегічне значення для ЄС (як вони вважають), виділяється державна допомога у розмірі 10–30 % контрактної ціни. У побутовій електроніці для захисту своєї промисловості від японських виробників ЄС постановило, що ціни на японські вироби повинні прирівнюватися до цін франко-завод їх країн, на верстати з числовим програмним управлінням і машинними цінтрами встановлені мінімальні експортні ціни.

Таким чином, в розвинених країнах з ринковою економікою здійснюється державне регулювання цін. Повної свободи в області ціноутворення немає ні в одній з цих країн. При цьому регулювання цін направлене не на обмеження сфери дії ринкового механізму, а на підвищення його ефективності. За кордоном проводиться економічно обгрунтоване регулювання рівня цін, практикується фіксація цін, здійснюється контроль за ціноутворенням на внутрішньому ринку, існує державна монополія на виробництво і реалізацію окремих видів товарів, продукції, послуг, активно йде боротьба з проявом монополізму. Ці дії стосуються не лише галузей державного сектора, але і приватних підприємців, якщо держава вважає за доцільне проводити обмежувальну цінову політику з точки зору інтересів економіки країни в цілому. Причому політика держави в області цін не є чимось постійним, а є гнучкою системою регулювання, що пристосовується до змінних умов виробництва і реалізації.

Вочевидь, досвід регулювання цін і контролю за їх дотриманням потрібно використовувати і вУкраїні. Це сприятиме подальшому вдосконаленню механізму управління ринковою економікою.

ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА

Бабич Н.І., студ. ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Строченко Н.І.

Сільське господарство як галузь, являє собою складну економічну систему взаємодіючих і взаємопов'язаних елементів. Системний аналіз дає ключ до виявлення основних чинників, які визначають зміни, що проявляються у зміні ефективності функціонування. Характерна особливість сільського господарства на відміну від інших галузей полягає у наявності кількох секторів, які є підсистемами єдиної системи сільськогосподарського виробництва, які різняться не тільки розмірами, а й соціально-економічним змістом.

Скотарство є провідною галуззю тваринництва. Питома вага її в товарній продукції становить близько 63 %. Від великої рогатої худоби одержують цінні й незамінні продукти харчування – молоко та яловичину. Виробництво молока є складним організаційно-економічним і технічним процесом, ефективність якого визначається комплексом взаємопов'язаних та взаємообумовлених факторів. Свідоме регулювання їх можливе при чіткому функціонуванні раціональної економічної моделі ринкової економіки з соціальним спрямуванням.

Ефективність сільськогосподарського виробництва формується під впливом низки чинників, які поділяють на дві основні групи: об'єктивні, що не залежать від діяльності людей і суб'єктивні, пов'язані з порушенням трудової, технічної, планової та іншої дисципліни.

На відмінну від рослинництва, в тваринництві, де процес виробництва безперервний, а продукція надходить відносно рівномірно протягом року, на її виробництво впливають такі фактори: забезпеченість тварин кормами та їх якість, умови утримання й годівля, стадія біологічного відтворення, ефективність відтворення стада, породність і структура стада, кваліфікація кадрів, рівень комплексної механізації та ін.

Взагалі основою виробництва конкурентоспроможної продукції є міцна кормова база. Завдяки підвищенню енергетичної цінності раціону підвищується надій. Це досягається за умов використання кормів багатих легкозасвоюваними вуглеводами, зокрема трав'яного борошна, якісного сіна і сінажу. Ці корми багаті на перетравний протеїн, вітаміни та інші поживні речовини. Необхідно також використовувати зелені корми і коренеплоди для забезпечення повноцінної годівлі та здешевлення собівартості продукції.

Особливо актуальна проблема зниження собівартості на сучасному етапі. Пошук резервів її зниження дозволяє багатьом господарствам уникнути банкрутства і вижити в умовах ринкової економіки. Для зниження собівартості 1ц молока перш за все необхідно підвищити удій від корови. Низька собівартість молока у господарстві досягається завдяки вирощування добрих врожаїв кормових культур при мінімальних затратах.

Підвищенню економічної ефективності ведення молочного скотарства значною мірою сприяє цілеспрямована селекційно-племінна робота Для комплектування стада необхідні корови з високим генетичним потенціалом, придатним для промислової технології утримання. Найбільше підходять для цього породи української чорнорябої, червоно-бурої та інших порід. Далі породи виділяються за високою молочною продуктивністю.

Чистопородні тварини навіть за умов примітивної селекції завдяки генетичним законам відтворюють здатність тривалий час зберігати високий рівень продуктивності. Особливістю чистопородних тварин є здатність їх до гетерозису, тобто продуктивність їх дітей буде вища за їхню. Хоча кожна порода має свої недоліки і переваги, які необхідно враховувати в конкретних умовах виробництва.

Одним із чинників, що мають істотний вплив на продуктивність корів є поліпшення вікового складу дійного стада. Оскільки надої молока після 6-7 лактації починають знижуватися, то необхідно замінювати старих корів первістками.

Одним із основних заходів збільшення молочної продуктивності стада є зменшення яловості корів. Ялові корови зменшують надій на 30-35%. Відносно високу яловість можна усунути поліпшенням системи відтворення молочного стада, годівлі тощо. Молочне поголів'я стає продуктивне, якщо стадо поповнити 25-30 первістками.

Великий вплив на продуктивність тварин мають тип і умови утримання, організація праці, технологія виробництва, ступінь комплексної механізації виробничих процесів (що призводить до скорочення затрат живої праці) та забезпеченість підприємств кадрами.

Шляхи підвищення ефективності виробництва продукції тваринництва, які забезпечують подальше збільшення обсягів виробництва продукції і зменшення витрат на її одиницю, передбачають комплекс таких основних заходів: поліпшення використання землі, підвищення її родючості; впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва; поглиблення спеціалізації і концентрації виробництва на основі міжгосподарської кооперації і агропромислової інтеграції; раціональне використання виробничих фондів і трудових ресурсів; впровадження інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій та індустріальних методів виробництва; підвищення

якості і збереження виробленої продукції; широке використання прогресивних форм організації виробництва і оплати праці.

АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ КОРІВ НА ПРИКЛАДІ ГОСПОДАРСТВА «ПІСКІВСЬКЕ» ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ

Нестеренко О., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Калачевська Л.І.

Підприємства України молочного скотарства знаходяться перед фактом необхідності проведення значних змін щодо покращення показників рентабельності виробництва молока. Важливим аспектом при цьому залишається підвищення молочної продуктивності та зниження собівартості.

На прикладі господарства «Пісківське» з загальною кількістю поголів'я 800 корів, було проаналізовано вплив на показники рентабельності таких факторів як оптимізація раціону, організація менеджменту стада та правильний догляд за телятами (зміна періоду випоювання телят).

У вихідному господарстві молочна продуктивність корів становила 5.200 л на корову в рік. В наслідок оптимізації раціону молочна продуктивність зросла до 6.000 л на корову в рік. Завдяки цьому виручка від продажу молока зросла на 15%. В результаті переходу молодняка на спеціальну годівлю падіж телят зменшився і становить 4,5%, як наслідок виручка від продажу телят також зросла на 13%. В порівнянні з вихідною ситуацією загальна виручка від реалізації зросла на 14% і склала 20.800 грн.

Заходи по оптимізації вплинули і на витрати. Загальні змінні витрати на виробництві зменшилися на 17%. В результаті скорочення періоду випоювання телят до двох місяців, витрати на молоко і замінник цільного молока знизилися відповідно на 77% і 65%. Оптимізація раціону передбачала не лише його збалансування, а й використання сінажу та силосу високої якості, тому частка концентрованих кормів в раціоні зменшилась і відповідно витрати на них.

Одним із факторів покращення організації менеджменту стада являється запліднення. Витрати на запліднення знизилися до 33%, що означає зменшення коефіцієнта запліднення.

З економічних показників було розраховано маржинальний дохід, поріг виробництва та поріг рентабельності. Маржинальний дохід – це різниця між виручкою від реалізації і пропорційно-змінними спеціальними витратами. В нашому випадку, так як виручка зросла, затрати зменшилися маржинальний дохід зріс на 39% і склав 16.800 грн.

Розрахунок порогу виробництва є розрахунком витрат, які пов'язані з виробництвом. Він означає точку, починаючи з якої гранична вартість молока перевищує граничні витрати, що виникають при його виробництві, і тим самим граничний прибуток знаходить позитивне значення. Поріг виробництва є, таким чином, нижньою межею ціни виробництва. Так як поріг виробництва становить 1,36 грн./л, а ринкова ціна на молоко – 2,80 грн. то виробництво молока в короткостроковий період є рентабельним.

Виробничий процес можна назвати рентабельним, якщо використовувані виробничі ресурси відповідно окупаються. Порогом рентабельності називають ціну, при якій усі витрати покриті. Якщо ціна перевищує поріг рентабельності, то досягається прибуток підприємця. Тому поріг рентабельності також називають і порогом прибутку. Для цього поняття часто використовують термін «довгострокова нижня межа ціни».

Поріг рентабельності в оптимізованому підприємстві зменшився близько на 17%, а отже прибуток зріс.

Результатом проведених заходів щодо покращення годівлі молочних корів і утримання молодняка є підвищення надоїв, зменшення падежу тварин та покращення стану здоров"я поголів"я. Слід зазначити, що заходи щодо покращення були проведені без великих капіталовкладень, що має велике значення для українських сільськогосподарських підприємств.

СУТНІСТЬ І ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаднік Д.О., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Строченко Н.І.

Серед фінансових проблем підприємств, мабуть, немає іншої, яка б так часто розглядалась науковцями й практиками та здавалась їм такою простою, як аналіз і оцінка фінансового стану підприємства.

Значна увага до аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки приділяється тому, що, одного боку, він є результатом діяльності підприємства, свідчить про досягнення, а з другого – виявляє передумови розвитку підприємства. У працях зарубіжних і вітчизняних економістів досліджене широке коло питань, пов'язаних з аналізом фінансового стану підприємств, його оцінкою та управлінням. Методичні основи кількісного виміру та оцінки фінансового стану підприємств і трактування його сутності зафіксовано також і в нормативних актах відповідних міністерств (відомств).

Фінансовий стан підприємства – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика якості його діяльності. Фінансовий стан підприємства можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Для правильної оцінки фінансового стану підприємства необхідне поєднання трьох складових:

1) чого хочемо досягти у конкретному випадку, визначаючи фінансовий стан підприємства? (З якою метою його оцінюємо? З метою здійснення значних капітальних інвестицій чи підвищення ліквідності тощо); 2) як виміряти фінансовий стан підприємства? 3) як його оцінити?

Фінансовий стан – це важлива характеристика економічної діяльності підприємства у зовнішньому середовищі. Він значною мірою визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал у діловій співпраці, оцінює, якою мірою гарантовані економічні інтереси самого підприємства і його партнерів з фінансових та інших відносин. Цілі, з якими здійснюють аналіз та оцінку фінансового стану підприємства, будуть різними у них та кредиторів й інвесторів.

Якщо підприємство, як правило, здійснює оцінку свого фінансового стану з метою виявлення резервів підвищення ліквідності, платоспроможності та прибутковості, розробки прогнозів фінансового стану на перспективу чи його оздоровлення, то кредитори й інвестори оцінюють фінансовий стан з метою мінімізації своїх ризиків.

Важливою характеристикою фінансового стану підприємства є оцінка його платоспроможності, під якою прийнято розуміти спроможність підприємства розраховуватися за своїми зобов'язаннями. Платоспроможним є таке підприємство у якого активи перевищують зовнішні зобов'язаннями. Підприємство вважається ліквідним, якщо воно в спромозі виконати свої короткострокові зобов'язання за умови реалізації поточних активів.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану є фінансова стабільність (стійкість) підприємства. Вона пов'язана з рівнем залежності від кредиторів та інвесторів і характеризується співвідношенням власних і залучених коштів, яке визначає загальну оцінку стабільності.

Фінансово стійким є такий суб'єкт господарювання, який за рахунок власних коштів покриває витрати, вкладені в активи (основні засоби, нематеріальні активи, оборотні засоби), не допускає невиправданої дебіторської і кредиторської заборгованості й вчасно розраховується за своїми зобов'язаннями. Основою фінансової стійкості є раціональна організація і використання оборотних коштів. Фінансовий стан підприємства визначають сукупністю показників, що відображають наявність , розміщення й використання ресурсів підприємства, його реальні і потенційні фінансові можливості.

Слід наголосити, що теоретичні та методичні питання аналізу, що стосуються функціонування вітчизняних підприємств у сучасних умовах, доволі глибоко опрацьовано авторами, і водночас у сучасних умовах зростає актуальність питань, пов'язаних з вибором та уніфікацією системи фінансових показників оцінки фінансового стану підприємства, оскільки саме правильний їх вибір, враховуючи поставлену мету, дасть змогу всебічно і якісно оцінити діяльність підприємства.

Критична оцінка фінансових показників, свідчить, що різні автори для аналізу фінансового стану підприємства використовують подібні групи, хоча ці групи можуть включати абсолютно різні коефіцієнти, і навпаки – аналогічні фінансові коефіцієнти згруповані у різні групи. За рівнем значущості слід виділити, для оцінки фінансового стану такі групи показників: група показників першого рівня – оборотність активів; другого – рентабельність; третього – фінансової стійкості; четвертого – ліквідність підприємства (а не лише активів). Крім вибору груп, необхідно обґрунтувати і перелік показників, що включатиме кожна з цих груп, з тим, аби врахувати ті недоліки, які нині мають місце.

Надзвичайно важливим аспектом при оцінці фінансового стану має бути оцінка активів, що використовують для розрахунку окремих показників. Так, зокрема при розрахунку показників ліквідності і платоспроможності враховують усю дебіторську заборгованість за оцінкою їх у балансі. У разі, коли підприємство визнає сумнівною частину дебіторської заборгованості, при розрахунках показників ліквідності, треба враховувати чисту дебіторську заборгованість.

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ВАЖЛИВІСТЬ ПРОЦЕСУ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Литвин О.І., студ. ІЗО, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Строченко Н.І.

Важливою галуззю, що визначає рівень розвитку всього аграрного сектора економіки нашої країни є зернове господарство. Зернові належать до числа найважливіших культур рослинництва. Вони мають найвищу питому вагу в структурі посівних площ та валових зборів серед інших сільськогосподарських культур. Це пояснюється їх винятковим значенням.

Зерно та продукція його переробки входять до раціону харчування людини. Зерно використовується людиною для виготовлення таких загально необхідних продуктів харчування, як хліб, крупа, у яких містить у достатній кількості білків, вуглеводів, вітамінів, амінокислот й мінеральних солей. Крім того зерно є головним і незамінним кормом для тварин, воно має значно вищу поживну цінність порівняно із іншими видами кормів, характеризується широким вмістом кормових одиниць, перетравного протеїну т.ін.

Як корм використовується й побічна продукція вирощування зернових - солома і полова, а також відходи переробок зерна. Кожна тваринницька галузь потребує великої кількості комбікорму, (для нормально розвитку і росту тварин) а такі галузі як свинарство, птахівництво практично не можуть існувати без комбінованих кормів, основою яких є зерно.

Продукція вирощування зернових культур - це сировина для переробки промисловості. В результаті переробки зернових отримують спирт, крохмаль, іншу продукцію.

Зерно є важливим експортним товаром, який може забезпечити значні надходження валютних коштів. При зберіганні воно практично не втрачає своїх якостей і тому придатне для створення державних резервів харчування та кормів.

Виходячи з вищесказаного питання збільшення обсягів виробництва та підвищення показників ефективності такої важливої галузі АПК були і будуть в центрі уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених.

Проблемами розвитку галузі зерновиробництва розкриті в працях П.Т.Саблука, Б.В. Гунського, Г.І.Мостового та ін..

Підвищення економічної ефективності зернового виробництва передбачає збільшення виробництва і поліпшення якості зерна, забезпечення більшої сталості зернового господарства і ефективного використання його виробничих ресурсів.

Зростання виробництва зерна залежить від двох чинників: від можливості розширення площі посіву і від рівня інтенсивності сільського господарства.

За своєю природою зернові потребують континентального клімату, тому площі під ними порівняно обмежені і не можуть розширюватися необхідними темпами, у зв'язку з цим основна увага приділяється підвищенню врожайності зернових культур. Площі під зерновими культурами скоротилися за період з 1985 р з 26077 мільйонів гектар до 12756 мільйонів гектар або на 20,7 %, валове виробництво зерна скоротилося на 44,2 %. Такі результати отримані в галузі через зниження урожайності на 32,2 %.

Економічна наука розрізняє дві форми розширеного відтворення в сільському господарстві: екстенсивну та інтенсивну. При першій збільшення виробництва рослинницької продукції це досягається за рахунок розширення посівних площ при незмінному рівні врожайності культур. При другій – за рахунок підвищення економічної родючості ґрунту.

Послідовна інтенсифікація сільського господарства базується на додаткових вкладеннях, але не можна пов'язувати її суть лише з абсолютним зростанням додаткових витрат. В процесі інтенсифікації додаткові вкладення повинні відображати якісне удосконалення всіх матеріальних ресурсів на основі науково-технічного прогресу. Тому, додаткові вкладення передбачають заміну застарілих засобів виробництва та вдосконалення технології вирощування сільськогосподарських культур.

Інтенсифікація всебічно впливає на розвиток сільського господарства, створює нові можливості підвищення продуктивності праці, прискорення окупності виробничих витрат і зниження собівартості продукції. Процес інтенсифікації передбачає створення високопродуктивного сільського господарства на основі підвищення його технічного рівня, широкого використання більш досконалих засобів виробництва і висококваліфікованої праці.

Інтенсифікація сільськогосподарського виробництва – це процес концентрації сукупних затрат живої і уречевленої праці на одній і тій самій земельні площі для збільшення виходу продукції і підвищення економічної ефективності виробництва.

Визначальними факторами розвитку зернового господарства має бути інтенсифікація галузі на основі досягнень науково-технічного прогресу та розвитку ринкових відносин. Поряд з впровадженням інтенсивних технологій суттєва увага повинна приділятися поліпшенню насінництва, зменшення витрат урожаю при вирощуванні, збиранні, доробці, зберіганні та переробці зерна, сталому розвитку нових організаційних форм господарювання, посиленню матеріальної зацікавленості працівників.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

Строченко Н.І., к.е.н., доцент
Бабич О.І., студ. ІЗО, спец. «Менеджмент організацій»

Рентабельність це синтетичний показник економічної ефективності діяльності підприємства, який свідчить про прибутковість господарської діяльності і рівень співвідношення отриманого ефекту з витратами авансованого капіталу на його отримання.

В різні періоди розвитку економічне ставлення до проблеми рентабельності сільськогосподарських підприємств було різне. Визнання законів ринку повноправними регуляторами суспільного виробництва докорінно змінило економічне трактування цієї категорії. Нові підходи до розробки проблеми рентабельності інтенсивно формують в наукових працях О. Шпичак, О. Шевчук, П. Каблук та інші вчені, що заклало методологічний фундамент для подальшої розробки цієї проблеми.

Показники рентабельності характеризують якісну сторону діяльності підприємства і справедливо говорити про однорідність, але не тотожність твердження прибутковість і рентабельність. Окремі економісти зазначають, що для характеристики рентабельності доцільно використовувати як абсолютні показники у вигляді суми прибутку (грн.) і відносні (%), коли визначається відношення суми прибутку до собівартості товарної продукції (норма рентабельності) і виробничих фондів (норма прибутку). По окремих видах продукції обчислюються одиничні показники рентабельності, як відношення прибутку, отриманого від реалізації до повної собівартості товарної частини продукції.

Норму рентабельності загальну і окремого продукту пропонується визначати відношенням прибутку до вартості даного продукту за цінами реалізації. Але, це вже буде відмінна від попередньої, величина, яка характеризує більше ситуацію на ринку, тому доцільно їх розрізняти як норму рентабельності виробництва і норму рентабельності продаж (як в цілому по підприємству, так і по окремому продукту).

Рентабельність також характеризує ефективність спожитих засобів виробництва. Сільськогосподарські підприємства визначають ефективність основних і оборотних фондів (засобів виробництва) таким показником, як норма прибутку, як відношення прибутку до середньорічної вартості основних і оборотних засобів у відсотках. З огляду на економічний зміст складових розрахунків не коректним є твердження про найголовніше відображення за допомогою цього показника стану діяльності сільськогосподарського підприємства, хоча б через те, що вартість використовуваної у господарській діяльності частини фондів представляється не середньорічна їх вартість, а сума річної амортизації, яка вказує на спожиту вартість.

Таким чином, при аналізі рентабельності сільськогосподарського виробництва правомірні обидва методи розрахунку, слід лише з'ясувати особливості і значимість кожного з них.

Проте, розрахунок рентабельності шляхом відношення прибутку до середньорічної вартості основних і оборотних фондів відображає швидкість їх обертання, а обернений показник – тривалість повернення сукупної вартості виробничих фондів. Прибуток, як джерело розширеного відтворення, своєю відносною величиною до вартості виробничих фондів характеризує розмір і рівень нагромадження, та можливості не лише простого, а і розширеного відтворення.

Між всіма показниками рентабельності існує певний зв'язок, оскільки вони розраховані за єдиного чисельника – прибутку, тому при аналізі рівня економічного розвитку підприємства показники рентабельності, обчислені різними способами доповнюють одне одного, характеризуючи стан, а в співставленні (за допомогою бенч-маркінгу) і рівень прибутковості підприємства.

Однак, говорити про однозначність співставної величини прибутку є передчасним, оскільки нормативні документи визначення фінансового результату передбачать його рівнозначність на різних етапах операційної діяльності, тому слід не узагальнювати показники рентабельності виробничої, операційної, інвестиційної і фінансової діяльності.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Володіна Н.І., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

Стратегічне управління аграрними підприємствами є надзвичайно важливим за умов мінливого зовнішнього середовища.

Одним із ключових питань його використання зазначеними суб'єктами господарювання є розробка бізнес-стратегій та їх подальшого функціонування. До них відносять: стратегію подальшого розвитку, стабілізації та скорочення.

При формуванні стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства слід враховувати специфіку даної галузі.

Особливості сільського господарства обумовлені такими чинниками: земля виступає як засобом, так і предметом праці; робочий період не співпадає з періодом виробництва; сезонність сільськогосподарського виробництва; господарювання по великій мірі залежить від природно-кліматичних умов; сільськогосподарське виробництво ведеться на дуже великих площах земель, що впливає на фінансові результати.

Найважливіша проблема будь-якого українського підприємства, що працює в ринкових умовах – проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні і реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі правильно розробленої й ефективної стратегії розвитку підприємства.

Основними шляхами стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств має бути:

- науково обґрунтована система ведення господарства відповідно до природно-кліматичних та економічних умов та територіального розміщення підприємства;
- створення міцної матеріально-технічної бази відповідно до обсягу і структури виробництва продукції, системи машин для забезпечення комплексної механізації виробничих процесів; розроблення раціональної системи хімізації у рільництві;
- селекція і насінництво, виведення нових і поліпшених сортів культур, проведення робіт для одержання високоякісного насіння сільськогосподарських культур;
- впровадження науково-обґрунтованих систем землеробства; усунення або максимальне зменшення витрат при збиранні врожаю, транспортуванні, зберіганні, переробці та реалізації продукції;
- спеціалізація сільськогосподарського виробництва як умова концентрації фінансово-матеріальних і трудових ресурсів на виробництві основних видів продукції;
- створення інформаційно-обчислювальної системи планування, обліку, звітності та оперативного управління виробництвом на базі сучасної комп'ютеризації.

Стратегію розвитку можна реалізувати на основі аналізу таких можливостей: інтенсивного розвитку, або інтенсифікації зусиль підприємства в межах його діяльності; інтеграційного розвитку, або розширення діяльності підприємства через контроль чи приєднання до нього інших підприємств; диверсифікації, або розширення сфер діяльності підприємства на ринках нових товарів за межами галузі.

У більшості сільськогосподарських підприємств не має розробленої ефективної системи стратегічного управління, а існує лише орієнтація на розмиті цілі.

Рівень стратегічного управління у сільськогосподарських підприємствах знаходиться на низькому рівні. У сучасних умовах його можна назвати задовільним, оскільки він забезпечує виживання господарств, проте, для подальшого розвитку аграрного сектору та їх розширеного відтворення керівництву підприємств необхідно головну увагу зосередити саме на стратегічному управлінні.

СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Голуб В.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

За ринкових умов господарювання дуже важливого (якщо не вирішального) значення набуває економічна безпека всіх суб'єктів підприємницької та інших видів діяльності. Економічна безпека являє собою універсальну категорію, що відбиває захищеність суб'єктів соціально-економічних відношень на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним її громадянином.

Економічна безпека підприємства - це такий стан ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам).

Необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно її керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку можуть бути:

- свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств-конкурентів);

- збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс мажорні обставини тощо). Залежно від суб'єктної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, які виникають не з волі конкретного підприємства, або його окремих працівників. Суб'єктивні впливи мають місце внаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (передовсім керівників і функціональних менеджерів).Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування тепер і високий потенціал розвитку в майбутньому. До основних функціональних цілей економічної безпеки належать:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;
- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкуренто спроможності технічного потенціалу того чи того суб'єкта господарювання;
- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;
- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;
- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;
- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;
- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

Загальна схема процесу організації економічної безпеки включає такі дії (заходи), що здійснюються послідовно або одночасно:

1) формування необхідних корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, прав інформації, технології та устаткування);

2) загально стратегічне прогнозування та планування економічної безпеки за функціональними складовими;

3) стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;

4) загально-тактичне планування економічної безпеки за функціональними складовими;

5) тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;

6) оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства

7) здійснення функціонального аналізу рівня економічної безпеки;

8) загальна оцінка досягнутого рівня економічної безпеки.

Тільки за здійснення в необхідному обсязі зазначених дій (заходів) можна досягти належного рівня економічної безпеки підприємства. У сучасних умовах складовою частиною комплексу економічної безпеки повинна стати програма конкретних дій, спрямованих на створення надійної економічної безпеки підприємства.

СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ РОЛЬ У ВИРОБНИЧОМУ ПРОЦЕСІ

Губіна В.Ю., студ. 4 курсу ФМ, спец. ОПЗ
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

Для здійснення діяльності підприємству необхідно засоби виробництва, які в свою чергу поділяються на засоби праці і предмети праці. У ринковій економіці ці дві складові виступають у формі виробничих фондів і забезпечують неперервний процес виробництва, збуту продукції і розвитку соціальної сфери. В більшості організацій основний капітал займає більше 50 % всього майна. Отже, основні виробничі й невиробничі фонди є основою діяльності фірми.

Ефективне використання основних фондів сприяє покращенню всіх техніко-економічних показників, зокрема збільшенню обсягу продукції, зниженню собівартості і працемісткості, підвищенню прибутку

Основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва чи поставки товарів, надання послуг, здачі в оренду іншим особам чи для виконання адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року. Основні засоби підприємства це сукупність матеріально-речових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом.

Основні засоби доцільно групувати за їх функціональним призначенням, галузями, речовим, натуральним характером і видами, за використанням і належністю.

За функціональнім призначенням розрізняють виробничі основні засоби, що безпосередньо беруть участь у виробничому процесі або сприяють його здійсненню (будови, споруди, силові машини і обладнання, робочі машини тощо, що діють у сфері матеріального виробництва) і невиробничі основні засоби, що не беруть безпосередньої або побічної участі у процесі виробництва і призначені в основному для обслуговування комунальних і культурно-побутових потреб робітників (будови, споруди, обладнання побутових потреб робітників, що використовуються у невиробничій сфері).

За використанням основні засоби поділяють на діючі (всі основні засоби, що використовуються у господарстві), не діючі (ті, що не використовуються у певний період часу у зв'язку з тимчасовою консервацією підприємства або окремих цехів), і запасні (різне устаткування, що перебуває у резерві і призначене для зміни об'єктів основних засобів, що вибули або ремонтуються).

Істотне значення для обліку основних засобів має їх розподіл за ознакою належності на власні та орендовані.

Орендовані основні засоби – це засоби, взяті у тимчасове користування у фізичних чи юридичних осіб за відповідну орендну плату. Орендовані основні засоби показують у балансі орендодавцям, тим самим виключається можливість подвійного обліку одних й тих самих засобів.

Для цілей податкового обліку основні фонди, що обліковуються на балансі підприємства, відповідно до Закону про оподаткування прибутку підприємств підлягають класифікації за трьома групами:

1 група – будівлі, споруди, їх структурні компоненти та передавальні пристрої, в тому числі житлові будинки та їх частини (квартири та місця загального користування);

2 група – автомобільний транспорт і вузли (запасні частини) до нього, меблі, побутові електронні, оптичні, електронно-обчислювальні машини для обробки інформації, інформаційні системи і телефони, мікрофони і рації, інше конторське (офісне) обладнання, пристрої і приладдя до них;

3 група – інші основні засоби, що не увійшли до груп 1 і 2, включаючи сільськогосподарські машини і знаряддя, тварини та багаторічні насадження.

Отже, для правильної організації обліку основних засобів, необхідно перш за все дотримуватись принципу їх класифікації: за функціональним призначенням, за галузевою належністю та за речовинно-матеріальним складом тощо.

Забезпечення певних темпів розвитку і підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та кращого використання діючих основних фондів і виробничих потужностей підприємств. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтриманню належного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого, — дозволяють збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої амортизації та витрат на обслуговування виробництва і його управління, підвищувати фондовіддачу і прибутковість.

НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Дера О.В., ст. викладач

Економічне становище окремого підприємства і економіки в цілому визначають такі фактори як рівень техніки і технології, якість робочої сили та управління виробництвом. Останній фактор є системоутворюючою умовою виробництва і впливає на інші. Він має й самостійне значення, що визначається як вид діяльності, пов'язаний з керівництвом людьми в різних організаціях. Більш повне уявлення про важливість управління дають функції, які воно виконує.

Функції управління:

1. Планування – процес визначення мети діяльності, передбачення майбутнього розвитку та поєднання колективних (індивідуальних) завдань для одержання очікуваного загального результату.

2. Організація – процес формування структури системи, розподіл завдань, повноважень і відповідальності між працівниками підприємства для досягнення загальної мети її діяльності.

3. Мотивація – причина, яка спонукає членів трудового колективу до спільних погоджених дій, аби забезпечити досягнення поставленої мети.

4. Контроль – встановлення параметрів діяльності, вимірювання результатів роботи, порівняння їх із запланованим обсягом, за необхідності – коригування діяльності, накопичення досвіду для вдосконалення планування.

У сучасній економіці прояв функцій управління безумовно повинен розглядатися через історичну специфіку нинішнього періоду економічного розвитку. Фігура керівника, здатного функціонувати в умовах ринкової економіки, повинна зайняти важливе місце в економічному житті суспільства. Проблемами менеджменту нині займаються як теоретики, так і практики. І це зрозуміло, оскільки немає галузі виробництва, сфери життєдіяльності людей, де б не було управління.

Необхідно відмітити, що останні півтора-два десятиліття управлінської науки пройшли під знаменами: інновації та людські ресурси. Цей час можна охарактеризувати ускладненням зовнішньої організаційної середи, жорсткою конкуренцією на ринках. Це вимагає потреби пошуку прихованих резервів і нових шляхів підвищення ефективності. Саме людський ресурс приховує найбільші резерви для підвищення ефективності функціонування сучасного підприємства. Специфіка людських ресурсів полягає в тому, що люди створюють і споживають матеріальні і духовні блага; щоб ефективно використовувати людську працю, потрібно враховувати потреби людини як особистості; науково-технічний прогрес збільшує економічну роль знань, моральності, інтелектуального потенціалу та інших особистих якостей працівників, які формуються роками, а розкриваються лише за сприятливих умов. Саме тому сьогодні важливо щоб кожний робітник виконував свою роботу з задоволенням, а це можливо лише за умови створення ефективної концепції мотивації на підприємстві, яка визначить об'єкти застосування певних видів матеріального і морального стимулювання. Процес мотивації неоднозначний. Його умовно поділяють на шість послідовних стадій, але в реальному житті немає чіткого розмежування стадій і відокремлених процесів мотивації. Перша стадія пов'язана з наявністю чи виникненням певних фізіологічних, психологічних або соціальних потреб. Друга стадія пов'язана з пошуком можливих шляхів задоволення певної потреби. Третя стадія - визначення напрямку дій людини. На четвертій стадії витрачаються зусилля на виконання дії, що задовольняє певні потреби. На цій стадії може відбуватися коригування цілей. П'ята стадія - одержання винагороди за виконання дії. На останній стадії людина або припиняє діяльність до появи нової потреби, або продовжує шукати можливості задоволення потреби. На трудову мотивацію впливають різноманітні стимули: система економічних нормативів і пільг, рівень заробітної плати і справедливість розподілу прибутків, умови праці, стосунки в колективі, кар'єрний розвиток, творчий порив і цікава робота, бажання самоствердитися і постійний ризик, жорсткі зовнішні команди і внутрішня культура тощо.

Важливим моментом в роботі керівника є розподіл персоналу, при якому необхідно враховувати три змінні: 1) продуктивність (призначення найбільш кваліфікованої для даної роботи людини), 2) розвиток (дати можливість іншим робітникам розвивати свої навички, виконуючи нові обов'язки),

3) індивідуальне задоволення самих робітників. При цьому постає питання системи оцінки та винагородження як окремого робітника так і колективу в цілому, виміру індивідуального вкладу кожного працівника в загальний результат роботи всього підприємства, тобто цінності його вартості. Одним з параметрів, що описують рівень людських ресурсів, які можуть бути використані при виконанні роботи є працездатність. Виділяють загальну (потенційну) працездатність – ті ресурси, які можуть бути використані при максимальному напруженні всіх сил та фактичну (стандартну) – ті ресурси, які використовуються звичайно. Фактична працездатність завжди нижча за потенційну. Для підвищення фактичної працездатності персоналу можуть бути використані такі можливості: 1)ефективні системи оцінки та стимулювання праці, 2)використання соціально-психологічних аспектів колективної діяльності, 3)програми спеціалізованої підготовки, навчання та розвитку персоналу підприємства, 4) методи планування кар'єри.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Заїка І.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

Кожна держава встановлює власну систему оподаткування, тобто визначає платників податків, об'єкти оподаткування, види податків і порядок їх сплати, оподаткування з урахуванням досвіду інших країн, стану економіки, розвитку ринкових відносин, необхідності вирішення конкретних економічних і соціальних завдань, власних національних особливостей.

Система оподаткування - сукупність податків, що сплачуються до бюджетів і державних цільових фондів у встановленому законами України порядку, а також права, обов'язки й відповідальність платників.

Становлення системи оподаткування в Україні почалося з ухваленням 25 червня 1991 р. Закону "Про систему оподаткування". У ньому було визначено принципи побудови і призначення системи оподаткування, дано перелік податків, зборів, названо платників та об'єкти оподаткування. Таким чином було закладено основи системи оподаткування, створено передумови для її наступного розвитку.

В останньому варіанті закону дано більш повне і чітке визначення принципів побудови системи оподаткування, а також понять системи оподаткування, платників податків і зборів, об'єкта оподаткування; обов'язків, прав і відповідальності платників податків; видів податків, зборів і порядку їх зарахування до бюджету та державних цільових фондів.

Законом "Про систему оподаткування" визначено такі важливі принципи її побудови: стимулювання підприємницької виробничої діяльності та інвестиційної активності; стимулювання науково-технічного прогресу, технологічного оновлення виробництва, виходу вітчизняного товаровиробника на світовий ринок високотехнологічної продукції; обов'язковість; рівнозначність і пропорційність; рівність, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації; соціальна справедливість; стабільність; економічна обґрунтованість; рівномірність сплати; компетентність; єдиний підхід; доступність. На жаль, не всі з перелічених принципів достатньо реалізуються за здійснення податкової політики, у законодавчих актах щодо окремих податків.

Тип системи оподаткування визначається співвідношенням чотирьох секторів формування податків: 1) державний; 2) комерційний; 3) фінансовий; 4) населення.

Підприємства - суб'єкти господарювання, які повинні сплачувати загальнодержавні, а також місцеві податки і збори. Загальнодержавні податки і збори включають:

- прямі податки [податок на прибуток, плата (податок) за землю, податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, податок на нерухоме майно (нерухомість)];
- непрямі податки [податок на додану вартість (ПДВ), акцизний збір, мито];
- збори (на обов'язкове державне пенсійне страхування, на обов'язкове соціальне страхування, до державного інноваційного фонду; за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок державного бюджету; за забруднення навколишнього середовища; рентні збори; гербовий збір);
- державне мито, плата за торговий патент на деякі види підприємницької діяльності.

Місцеві податки і збори включають:

- два податки (комунальний податок і податок з реклами);
- різні збори (за право використання місцевої символіки; за пар-ковку автотранспорту; за проїзд територією прикордонних областей транспортом, що вирушає за кордон; за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг; ринковий збір; готельний збір; за проведення місцевих аукціонів, конкурсного розпродажу і лотерей; за право проведення кіно- і телезйомок та ін.).

Кінцевим результатом діяльності підприємств як суб'єктів господарювання є отриманий ними валовий дохід, що відображує заново створену вартість. Валовий дохід визначається як різниця між виручкою від реалізації, матеріальними і прирівняними до них витратами. Чистий дохід нарівні підприємства має кілька форм, у тім числі форму прибутку. На прибуток впливає такий елемент валового доходу, як заробітна плата.

Вибір об'єкта оподаткування (валового доходу чи прибутку) є достатньо принциповим і залежить від багатьох обставин Використання для обчислення податку валового доходу чи прибутку в обох випадках має як позитивні сторони, так і недоліки. При цьому необхідно враховувати особливості визначення валового доходу і прибутку, виходячи з чинних законодавчих і нормативних документів.

Аналіз системи оподаткування в Україні, її становлення й розвитку дає змогу зробити висновок про серйозні недоліки, що їй притаманні. По-перше, це нестабільність податкової системи. Часті зміни в законодавчих актах щодо окремих податків негативно впливають на розвиток підприємницької діяльності. По-друге, основним є фіскальне спрямування податкової системи, недостатнє виявлення регулюючої функції основних податків. По-третє, система в цілому надто громіздка, розрахунки окремих податків невиправдано ускладнено.

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ТРАНСПОРТУВАННЯ КАРТОПЛІ В МЕЖАХ УКРАЇНИ

Ільченко О.В., ст. викладач

Економічна ефективність розвитку картоплярства в ринковому середовищі визначатиметься як факторами виробництва, так і кінцевими витратами доведення продукції до споживачів. Нами проводилося дослідження ефективності транспортування картоплі в залежності від вантажності автомобілів та віддалі перевезень. В таблицях 1 та 2 приведені основні показники економічної оцінки транспортування картоплі автомобілями до 10 та 20 тонн.

Таблиця 1

Економічна ефективність транспортування і реалізації картоплі транспортом вантажністю до 10 тонн

Найменування	Відстань, км									
	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000
Виробнича собівартість 1 т картоплі, грн.	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400
Витрати на 1 км, грн.	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5
Витрати на транспортування 1 т картоплі, грн.	85	170	255	340	425	510	595	680	765	850
Витрати на навантаження і розвантаження 1 т картоплі, грн.	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Разом транспортні витрати на 1 т картоплі, грн.	105	190	275	360	445	530	615	700	785	870
Собівартість 1 т картоплі разом із транспортуванням, грн.	1505	1590	1675	1760	1845	1930	2015	2100	2185	2270
Ціна реалізації 1 т, грн.	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Прибуток від реалізації 1 т, грн.	1995	1910	1825	1740	1655	1570	1485	1400	1315	1230
Рівень рентабельності, %	132,6	120,1	109,0	98,9	89,7	81,3	73,7	66,7	60,2	54,2

Таблиця 2

Економічна ефективність транспортування і реалізації картоплі транспортом вантажністю до 20 тонн

Найменування	Відстань, км									
	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000
Виробнича собівартість 1 т картоплі, грн.	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400
Витрати на 1 км, грн.	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
Витрати на транспортування 1 т картоплі, грн.	40	80	120	160	200	240	280	320	360	400
Витрати на навантаження і розвантаження 1 т картоплі, грн.	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Разом транспортні витрати на 1 т картоплі, грн.	60	100	140	180	220	260	300	340	380	420
Собівартість 1 т картоплі разом із транспортуванням, грн.	1460	1500	1540	1580	1620	1660	1700	1740	1780	1820
Ціна реалізації 1 т, грн.	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Прибуток від реалізації 1 т, грн.	2040	2000	1960	1920	1880	1840	1800	1760	1720	1680
Рівень рентабельності, %	139,7	133,3	127,3	121,5	116,0	110,8	105,9	101,1	96,6	92,3

Витрати на перевезення однієї тонни картоплі транспортом вантажністю до 10 тонн будуть збільшуватися в залежності від відстані (100-1000 км) від 105 до 870 грн./т. Із зростанням вантажності автомобілів до 20 тонн будуть збільшуватися загальні витрати, але в розрахунку на 1 тонну вантажу – навпаки зменшаться відповідно від 60 до 420 грн.

Транспортні витрати впливатимуть на зниження рентабельності реалізації картоплі. Але висока оптова ціна 3500 грн./т забезпечить відшкодування всіх понесених витрат із високою окупністю. Рівень рентабельності складатиме від 54 до 140%. Прибуток від реалізації картоплі із перевезенням на відстань до 1000 км складатиме щонайменше 1230 грн./т, а рівень рентабельності 54,2%.

В процесі дослідження приходимо до висновку, що економічна ефективність транспортування картоплі підвищуватиметься із зростанням вантажності автомобіля та знижуватиметься при збільшенні відстані.

ПРОБЛЕМИ СТАНДАРТИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Карпець М.В., Брага Є.О., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

Сучасні умови господарювання змушують кожне підприємство запровадити дійовий комплексний механізм управління якістю продукції та суворо дотримуватись його вимог. У підвищенні якості продукції особливо важливу роль відіграють її стандартизація і сертифікація. В нашій країні правові та організаційні засади стандартизації, спрямовані на забезпечення єдиної технічної політики в цій сфері, регулюються Законом України «Про стандартизацію» (травень 2001 р.).

Однією з найважливіших проблем агропромислового комплексу України є запобігання втратам сільськогосподарської продукції та поліпшення її якості на всіх стадіях еколого-технологічного циклу.[1].

Для досягнення якісної продукції потрібно:

- застосовувати досягнення науки і техніки при проектуванні виробів;
- забезпечити належне технічне оснащення виробництва;
- дотримуватися і вдосконалювати застосовувані стандарти і технічні умови;
- запроваджувати новітні технології виробництва та дотримуватися технологічної дисципліни.[3]

Відповідно до Закону України “Про стандартизацію” стандартизація – діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань із метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів і послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар’єрів у торгівлі й сприянню науково-технічному співробітництву.

Державна політика у сфері стандартизації базується на таких принципах:

- забезпечення участі фізичних і юридичних осіб в розробленні стандартів та вільного вибору ними видів стандартів при виробництві чи постачанні продукції, якщо інше не передбачено законодавством;
- відкритості та прозорості процедур розроблення і прийняття стандартів з урахуванням інтересів усіх заінтересованих сторін, підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних виробників;
- доступності стандартів та інформації щодо них для користувачів;
- відповідності стандартів законодавству;
- адаптації до сучасних досягнень науки і техніки з урахуванням стану національної економіки;
- пріоритетності прямого впровадження в Україні міжнародних та регіональних стандартів;
- дотримання міжнародних та європейських правил і процедур стандартизації;
- участі у міжнародній (регіональній) стандартизації. [2]

Для забезпечення виробництва та реалізації продукції на ринку України підприємствам необхідно знати весь комплекс нормативних документів, якими держава регулює розроблення, виробництво, контроль безпеки та якості продукції, її пакування, маркування і транспортування. Якість, упаковка, маркування, транспортування, умови, строки зберігання сільськогосподарської продукції повинні відповідати чинним стандартам та технічним умовам.

Законодавчо-нормативна база України ще формується, тому підприємства користуються у своїй роботі відповідними законами, нормативами, постановами, стандартами, методиками та інструкціями, які на сьогодні є ще розрізненими. З цим і пов’язані певні труднощі, а саме: підприємствам агропромислового комплексу досить важко зорієнтуватись в питаннях, які саме документи чинні на даний момент, які зміни внесені в документи, де їх можна придбати.

Тому, за сучасних умов у сільському господарстві повинна здійснюватись комплексна стандартизація, яка забезпечить перехід від стандартизації розрізнених об’єктів до створення комплексу взаємопов’язаних стандартів. Цей комплекс повинен встановлювати взаємопов’язані вимоги до сільськогосподарської сировини, засобів і технологій виробництва, добрив і засобів захисту рослин, ветеринарних препаратів, насіннєвого матеріалу, кормів, приладів і методів контролю, умов зберігання і транспортування, тари і пакувальних матеріалів.

Список використаної літератури

1. Кардаш В.Я. Стандартизация и управление качеством продукции. - К.: Вища школа, 2001. - 189с.
2. Шваб Л.І. Економіка підприємств: Навчальний посібник/Л.І. Шваб // ”Каравела”.- Київ, 2007.- 374с.
3. Макаровська Т.П., Бондар Н.М. Економіка підприємств: Навчальний посібник/ Т.П. Макаровська, Н.М. Бондар// “Бібліогр”. – Київ, 2003. – 186с.

ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ І ВІДТВОРЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ – ОСНОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кульбіда А.В., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Строченко Н.І.

Основні виробничі фонди, що складаються з будинків, споруд, машин, знарядь й інших засобів праці і приймають участь у процесі виробництва, є самою головною основою діяльності підприємства. І тому, раціональне й економічне використання основних фондів є першочерговою задачею виробничого підприємства, а проблема дослідження ефективності постає на перший план у процесі формування засад аграрної науки. Метою дослідження є вирішення питань підвищення ефективності використання основних фондів та пошук шляхів раціонального їх відтворення.

Ефективне використання основних фондів є дуже важливим економічним завданням. Його вирішення означає збільшення виробництва необхідної суспільству продукції, підвищення віддачі створенного виробничого потенціалу і більш повне задоволення потреб населення, поліпшення балансу обладнання в країні, зниження собівартості продукції, зростання рентабельності виробництва, нагромаджень підприємства. Головною ознакою підвищення рівня ефективного використання основних фондів і виробничих потужностей того чи іншого підприємства є зростання обсягу виробництва. Кількість же виробленої продукції при наявному розмірі виробничого апарату залежить, з одного боку, від фонду часу продуктивної роботи машин і устаткування протягом доби, місяця або року, тобто їх екстенсивного завантаження, а з другого, — від ступеня використання знарядь праці за одиницю часу (інтенсивного навантаження). Отже, всю сукупність технічних, організаційних та економічних заходів щодо кращого використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства за їх змістом та призначенням умовно можна поділити на дві групи: перша - збільшення екстенсивного завантаження; друга ~ підвищення інтенсивного навантаження. Виділені групи складають головні напрямки більш ефективного використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства, кожний з яких охоплює певну кількість конкретизованих заходів, або шляхи їх покращення.

На сьогоднішній день основним критерієм ефективності використання основних засобів є отримання максимального результату при оптимальних затратах. Вибір критерію оптимальності ґрунтується на таких принципах: принцип відповідності, який полягає в забезпечені взаємозв'язку між критеріями та системою показників ефективності використання основних засобів; принцип плановості, який полягає в тому, що кожне підприємство повинно враховувати і планувати показники ефективності використання основних засобів з метою досягнення його стратегічних і поточних цілей; принцип єдності, що відображає взаємоузгодженість між загальними і частковими показниками ефективності використання основних засобів; принцип зацікавленості, який полягає в стимулюванні до покращення ефективності використання факторів виробництва з метою пошуку і забезпечення резервів економічного і соціального розвитку підприємства.

Характеристика процесу поліпшення використання основних засобів повинна супроводжуватися належною оцінкою. Складність економічного аналізу рівня ефективності використання основних фондів полягає в тому, що на сьогодні немає досконало розробленої єдиної методики та системи показників ефективності використання основних засобів. Для більш ґрунтовної оцінки ефективності використання основних фондів використовують наступні показники: а) фондовіддача, що характеризує річний випуск продукції з одиниці вартості основних фондів; б) фондомісткість представляє собою показник зворотній фондовіддачі, за допомогою якого можна визначити величину основних фондів, яка припадає на одиницю вартості випуску відповідного виду продукції; в) рентабельність є відносним показником ефективності роботи підприємства; г) норма прибутку, що показує скільки прибутку приносить кожна вкладена грошова одиниця; д) інтегральний показник.

Запорукою ефективного використання основних фондів стає їх зношення, тому необхідний безперервний процес їх поновлення. Саме тому застосовують просте і розширене відтворення основних фондів. Просте відтворення основних фондів здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних фондів або заміна старого устаткування на аналогічне, тобто тоді, коли постійно відновлюється попередня виробнича потужність. Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних фондів або придбання нових основних фондів. які забезпечують вищий рівень продуктивності устаткування. Велике значення для ефективного відтворення основних засобів має амортизація, як джерело простого відтворення, причому в сьогоднішніх умовах господарювання, підприємство само може обирати методи її нарахування, який буде сприяти зростанню його ефективності.

Саме тому дослідження шляхів підвищення ефективності використання та відтворення основних фондів є особливо актуальним в наш час, адже раціональне використання основних засобів, постійне їх поновлення та заміна на нове є передумовою прибуткової діяльності підприємства.

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ

Лазоренко К.С., аспірант
Науковий керівник: к.е.н., доцент Строченко Н.І.

Регіональний ринок праці визначається як самостійна, складна, динамічна система взаємопов'язаних елементів, норм та інститутів в межах конкретної території (області), де формуються та розвиваються відносини між працівниками та роботодавцями і відбувається формування, розподіл і використання трудових ресурсів відповідно до рівня розміщення та розвитку продуктивних сил, виробничих відносин та існуючого адміністративно-господарчого устрою регіону.

Під функціонуванням регіонального ринку праці розуміється виконання останнім своїх функцій. Оскільки функції є різнонаправленими за змістом, то відповідно їх виконання буде залежати від цілого ряду факторів. Фактори – це умови, причини, показники, що чинять вплив на економічний процес і результат цього процесу.

Відносно об'єкту впливу на ринку праці усі фактори можна поділити на дві групи: фактори, що впливають на попит на працю та фактори, що впливають на пропозицію праці. Оскільки ціна на працю формується під впливом попиту і пропозиції, то на неї впливають фактори обох груп, тому чинники, що впливають на ціну зазвичай в окрему групу не виділяють. Крім того, доцільно розмежувати фактори за джерелами виникнення на ті, що формуються на обласному (регіональному) та районному (локальному) рівнях, які різняться за ступенем та характером впливу на попит та пропозицію на ринку праці відповідного територіального рівня. Таке розуміння є необхідним в зв'язку з особливостями розвитку кожного регіону, враховуючи сучасні кризові умови діяльності регіонального ринку праці, для з'ясування тих чинників, які суттєво впливають на нього та розробки заходів, які потребують впровадження задля поліпшення чи послаблення їх дії.

Зазначимо, що чинники, які формуються на рівні держави (макрорівні), мають всезагальний та першоосновний характер і впливають на стан і регіонального, і локального ринків праці.

Попит на робочу силу на макрорівні залежить, в першу чергу, від економічного стану країни, який характеризується економічною кон'юнктурою. Політика держави також має неабиякий вплив на збільшення робочих місць. Якщо державна політика заохочує економічне зростання, то попит на працю зростає.

На макрорівні основними факторами, які формують пропозицію праці є: демографічна ситуація та міграція населення.

Дія чинного законодавства країни виражається через законодавчі нормативно-правові акти, які в своїй сукупності утворюють потужну базу регулювання попиту та пропозиції на ринку праці і можуть бути направлені на обмеження звільнень працівників, регулювання діяльності та розвиток підприємництва, створенню нових робочих місць, сприяючи підтриманню попиту на працю на певному рівні або його збільшенню, а також зменшенню обсягів безробіття.

Попит на працю в межах регіонального ринку праці формується під впливом факторів, які формуються в межах регіону: економічні, законодавчі, фінансові, фактори розміщення тощо.

На пропозицію на регіональному ринку праці мають вплив демографічні, організаційно-соціальні, економічні чинники в масштабах певної області.

На локальному рівні вплив по проекції мають такі ж групи факторів як і на регіональному рівні, тільки їх зміст буде більш конкретнішій, мобільність впливу вище, тобто в межах підприємства або групи підприємств адміністративного району.

Еколого-кліматичні та етнокультурні фактори виявляють вплив на всі аспекти та рівні функціонування регіонального ринку праці та побічно визначають специфічність його діяльності та розвитку. Екологічними факторами є сукупність усіх чинників середовища, що діють на живий організм. За ступенем впливу на функціонування регіонального ринку праці виділяють такі основні чинники: кліматичні, ґрунтоутворюючі фактори, антропогенний фактор. Етнокультурні чинники виявляються у етнічному складі населення регіону, історії, традиції, культурі, менталітеті тощо.

Перераховані фактори є внутрішньо утворюючими, проте на функціонування регіонального ринку праці чинить вплив і зовнішнє середовище.

Так, у жовтні 2008 року регіональні ринки праці України відчули на собі дію такого зовнішнього фактора як світова фінансова криза. Світова фінансова криза спричинила на регіональних ринках праці суттєве скорочення попиту на працю і зробила практично не можливим створення робочих місць, підприємства перейшли в режим економії, збільшилося приховане безробіття у вигляді неповного робочого дня, вимушеними адміністративними відпустками. Така ситуація посилила розбалансованість ринку праці та спричинила зростання трудового навантаження на обласних ринках праці.

Отже регіональний ринок праці потребує регулювання впливу тих чи інших факторів, що визначають стан його функціонування, активних позитивних змін з боку економіки, а також соціального аспекту. В регіонах повинна відновлюватися соціальна довіра до держави, соціальна відповідальність банків, бізнесу, соціальна стабільність у державі, соціальна згуртованість людей до праці.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АПК

Лозинська І.В., ст. викладач

Проблема підвищення ефективності функціонування АПК, зокрема сфери сільськогосподарського виробництва в Україні, в період економічної кризи суттєво загострилася. Спостерігаються негативні тенденції, що призвели до спаду виробництва і рівня споживання продовольства, які мають безпосередній вплив на погіршення добробуту і рівня життя всього населення України. Загальна економічна криза вразила всі галузі АПК, але особливо загрозливими є скорочення виробництва основних видів продукції харчування, втрати основних і обігових коштів товаровиробників тощо.

Критерієм оптимальності системи регіонального АПК є насичення внутрішнього ринку України і підвищення його експортного агропродовольчого потенціалу, який значною мірою залежить від ефективного функціонування різноманітних агропромислових структур, які склались в результаті розвитку інтеграційних процесів у сферах виробництва і переробки сільськогосподарської продукції, а також доведення продуктів харчування до споживача. Ці процеси розвиваються на різних рівнях господарювання - в спеціалізованих і багатогалузевих підприємствах, в агропромислових комбінатах.

В умовах кризового стану економіки в цілому та особливо сільськогосподарського виробництва, підвищення його ефективності має відбуватися з позицій вдосконалення територіальної організації виробництва. Власне розвиток сільського господарства в широкому плані передбачає збалансоване, пропорційне та ефективне використання земельних, матеріальних та трудових ресурсів, раціональну територіальну організацію виробництва з урахуванням економічних чинників. Діяльність всього сільського господарства має бути спрямована на забезпечення потреб споживачів у сільськогосподарській продукції, прибутковості галузі, підвищення експортного потенціалу, відновлення родючості землі, охорону навколишнього середовища, підвищення рівня життєдіяльності населення. Ефективність сільськогосподарського виробництва значною мірою залежить від раціональних організаційно-управлінських рішень, виваженої інвестиційної політики та фінансово-кредитного забезпечення.

Основовизначаючим елементом підвищення ефективності функціонування галузей територіального агропромислового комплексу мають бути міжгалузеві та міжсекторні зв'язки в сільському господарстві; взаємозалежність між сільським господарством, переробною промисловістю, сферою реалізації та агросервісом, комплексний підхід до оцінки стану, тенденцій та перспектив розвитку даної галузі. Це дозволить підвищити ресурсозберігаючі характеристики сільськогосподарського виробництва, підвищення ефективності галузі, розвиток ринкових структур в АПК, охорону та раціональне використання земельних ресурсів та матеріально-технічних засобів. Сільське господарство розглядається як виробничо-територіальна і водночас як агроекологічна система.

Для ефективного функціонування сільськогосподарського виробництва значна роль належить також раціональним організаційно-управлінським рішенням. Розпочатий процес ринкових перетворень зумовлює необхідність посилення економічної інтеграції переробних підприємств з сільськогосподарськими товаровиробниками та іншими сферами з метою залучення коштів для технічного й технологічного удосконалення виробництва.

Основною проблемою розвитку АПК є подолання кризи споживання. Відсутність платоспроможного попиту населення не сприяє розвиткові виробництва, а виробництво, в свою чергу, не може знизити ціну на продовольство. Утворилося так зване зачароване коло проблем сфер виробництва, обміну, інвестування, накопичення, реалізації продовольства. Попит населення регіону не задовольняється, а ринок насичений неякісною імпортованою продукцією. Розглянувши показники основних галузей АПК, бачимо лише негативні тенденції. Показники споживання продовольства наблизилися до критичної межі виживання. Особливо загрозливою є ситуація в галузях свинарства, скотарства, птахівництва, інших галузей по виробництву м'яса і продуктів з високим вмістом тваринного білка. Споживання продукції тваринного походження є набагато нижчим від припустимих норм, визначених Міністерством охорони здоров'я.

Для покращення ситуації в галузях АПК та на галузевих ринках продовольства необхідно, в першу чергу, прискорити процес створення обгрунтованої системи міжгалузевого управління, планування на різних рівнях з урахуванням розвитку продуктивних сил, стану природного середовища, інших об'єктивних чинників формування ринку; активізувати процес розвитку агробізнесу на засадах інтеграції виробництва, зберігання і організації оптової торгівлі продукцією сільського господарства і продовольством.

ДИНАМІКА КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ОСНОВНІ ФОНДИ СУМЩИНИ

Мазій І.М., ст. викладач

Як відомо, основні виробничі фонди протягом свого тривалого функціонування, зазнають фізичного (матеріального) і економічного спрацювання, а також техніко-економічного старіння.

Під фізичним (матеріальним спрацюванням) основних виробничих фондів розуміють явище втрачання ними своїх первісних техніко-експлуатаційних якостей, тобто споживчої вартості, що призводить до поступового зменшення їх реальної вартості – економічного спрацювання. На швидкість і розміри фізичного спрацювання основних фондів впливають їх надійність та довговічність, рівень екстенсивного і інтенсивного використання. Особливості технологічних процесів, якість технічного догляду і ремонтного обслуговування, кваліфікація робітників та інші організаційно-технічні фактори.

Фізичне спрацювання будь-якого знаряддя праці (машини, устаткування) можна поділити умовно на дві частини: одну його частину періодично усувають шляхом проведення ремонтів, а другу таким чином усунути неможливо. З часом воно поступово накопичується і зумовлює такий технічний стан того або іншого засобу праці, коли подальше використання його у виробництві стає неможливим, тобто настає момент повного фізичного спрацювання, яке вимагає заміни такого знаряддя праці новим екземпляром аналогічного призначення. У зв'язку з цим відокремлюють усувне (тимчасове) та неусувне (постійно нагромаджуване) фізичне спрацювання основних фондів.

В сучасних умовах господарювання значною є роль інвестування, як складової частини фінансування, у питаннях відтворення основних виробничих фондів. Інвестування в основні фонди здійснюється у формі реальних (капітальних) інвестицій.

Реальні інвестиції – це вкладення капіталу в різні сфери і галузі економіки з метою оновлення існуючих і створення нових благ. Такі інвестиції забезпечують одержання набагато більшого прибутку. Реальні інвестиції дістали ще назву виробничих, або капітальних, вкладень.

Загальна сума капітальних вкладень в економіку Сумщини в цілому, має позитивну тенденцію до збільшення їх обсягів. Виключенням став лише 2009 рік, коли у співставленні з попереднім 2008 роком отримано на 28 % менше капітальних вкладень (табл. 1.). Якщо розглянути більш детальніше структуру капітальних вкладень, то найбільша частка припадає на інвестиції в основний капітал (в середньому 75 %), а саме, капітальне будівництво (63 %). На долю інвестицій у нематеріальні активи припадає зовсім не значна частка, приблизно 1-2%.

Таблиця 1

Динаміка капітальних вкладень в економіку Сумської області, млн. грн

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Усього, у т.ч.	1107	1083	1316	1726	1823	3209	3887	2787
Інвестиції в основний капітал, з них	966	931	1102	1441	1508	2435	3015	2185
- капітальне будівництво	668	540	631	892	836	1417	1585	1370
- машини та обладнання	298	391	471	549	672	1018	1430	769
Інвестиції у нематеріальні активи	14	5	17	9	11	26	27	31

Інвестиції у основний капітал підприємств Сумського регіону надходять з різних джерел, але виділяються декілька основних. Як бачимо з даних таблиці 2, левова частка (в середньому 70 %) приходиться на власні кошти підприємств та організацій, другу позицію за кількістю поділяють кредити та позики банків, а також власні кошти населення.

На долю бюджетного фінансування інвестицій в основні фонди підприємств припадає всього на всього 7 % від загального обсягу інвестицій. Інші джерела фінансування капітальних вкладень являють собою кошти іноземних інвесторів, кошти населення на індивідуальне будівництво тощо.

Таблиця 2

Джерела капітальних вкладень в економіку Сумської області, млн. грн

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Усього, у т.ч.	966	931	1102	1441	1508	2435	3015	2185
Власні кошти	845	747	862	1047	1056	1525	1772	1559
Кредити та позики банків	10	38	57	140	147	248	479	205
Кошти населення	32	49	58	65	139	210	287	195
Бюджетні кошти	47	77	93	117	148	278	266	160
Інші джерела	32	20	32	73	18	174	211	66

Зрозуміло, що апітальні вкладення відіграють важливу роль та , в певному розумінні, є запорукою успішної діяльності будь-якого підприємства, адже в сучасних, в основному, кризових, умовах господарювання, вони іноді є єдиним джерелом для відтворення основних виробничих фондів підприємства.

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗЕД

Мазій В.М., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби і посилення впливу змін, які відбуваються у зовнішньому середовищі, організації мають концентрувати увагу не тільки на внутрішньому стані справ, а й виявляти і враховувати у своїй діяльності можливі зміни оточення. При цьому основною залишається проблема збалансування внутрішніх можливостей організації та змін у зовнішньому середовищі з метою виживання в конкурентній боротьбі сьогодні й у перспективі. Ця обставина сприяє появі та впровадженню системи стратегічного менеджменту.

Роль стратегічного менеджменту полягає в тому, щоб націлити фірму на привабливі економічні можливості в далекій перспективі. Стратегії є об'єднуючою ланкою між цілями організації та існуючими проблемами, а система довгострокового планування покликана формалізувати процедуру досягнення цілей, залучити всі необхідні ресурси з урахуванням вимог зовнішнього середовища.

Існує велика кількість стратегій, проте універсальної схеми їх розробки не існує. Кожне підприємство, виходячи із своєї специфіки створює власну. Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності – це безперервний, циклічний процес, що передбачає зворотній зв'язок, основне завдання якого – досягнення намічених цілей підприємства. Процес стратегічного планування більш вагомий, ніж створення формалізованого плану. Цей процес сам по собі універсальний незалежно від обставин, що склалися на підприємстві навколо нього.

В Україні застосування стратегічного менеджменту ще не набуло належного розповсюдження. Вітчизняним підприємствам дуже важко впроваджувати стратегічний менеджмент через складні умови господарювання, брак коштів для впровадження інноваційних процесів, не зовсім цивілізовані форми конкурентної боротьби.

Важливість стратегічних підходів до вирішення питань зовнішньоекономічної діяльності – загальновідома, проте при цьому відразу виникає багато питань. Чи потрібна особлива стратегія зовнішньоекономічної діяльності, чи ж міжнародні операції можна планувати як складову загальної стратегії? Чи належить термін "стратегічний менеджмент" до управління зовнішньоекономічною діяльністю? Чи варто відразу виробляти міжнародну стратегію компанії, чи необхідно визначити спочатку власний зовнішньоекономічний стратегічний профіль? Чи правомірно при розробці стратегічних питань зовнішньоекономічної діяльності спеціально мати стратегію експорту й імпорту?

На зазначені та інші питання не існує єдиної правильної на усі випадки ділового життя відповіді. Проте існує логіка пошуку правильних для кожної ситуації і компанії відповідей. І пов'язані вони, насамперед, із роллю і масштабами зовнішньоекономічної діяльності для конкретного підприємства. Якщо зовнішньоекономічна діяльність займає незначне місце в загальних результатах, то навряд чи доцільно витрачати багато зусиль на розробку спеціальної міжнародної стратегії. І навпаки, при збільшенні масштабів зовнішньоекономічної діяльності, а також в умовах наростання конкуренції на міжнародних ринках варто не тільки мати спеціальні стратегії, але і створювати систему міжнародного стратегічного менеджменту. Вона включає не тільки розробку стратегії (стратегічне планування), але і реалізацію стратегії, а також стратегічний контроль. Якщо компанія не використовує для управління ЗЕД спеціальну систему стратегічного менеджменту, то компоненти міжнародних стратегій є складовою загальної стратегії фірми.

Зовнішньоекономічні аспекти можуть знайти своє відображення у місії, стратегічній концепції, стратегічному аналізі та ін. Проте найважливішою в цьому підході виступає та частина стратегії, яка пов'язана з бізнес-планом. Саме в цьому документі передбачається спеціальний розділ, пов'язаний із зовнішньоекономічною діяльністю.

Наведемо загальні поради відомої консалтингової фірми "Мак-Кінзі" щодо розробки стратегії, яка належить до зовнішньоекономічної діяльності:

- починайте процес реструктуризації з розробки загальної стратегічної мети, чи, як ще її називають, "місії", і стратегічної концепції компанії;
- розробіть стратегію, що відповідає загальній стратегічній концепції компанії;
- перш, ніж формулювати стратегію компанії, розробіть стратегію кожного підрозділу в її складі, уявивши, ніби вони є окремими компаніями;
- визначте рівень взаємозалежності основних підрозділів компанії та інших її підрозділів.

У розробці стратегії враховується багато факторів: характер діяльності підприємства, його структура і кадровий потенціал, особливості галузі, тенденції розвитку макроекономічних процесів, стан правової бази, що регламентує умови господарської діяльності та ін.

Таким чином, стратегічний менеджмент у сфері зовнішньоекономічних зв'язків сприяє стабілізації і зміцненню стратегічних позицій підприємства, забезпеченню його тривалої життєздатності при зміні зовнішніх умов функціонування.

ЯКІСТЬ – ОСНОВНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Омельченко Ю.П., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

Основною складовою конкурентоспроможності продукції є, безумовно, її якість. Конкурентоспроможність товару – це сукупність характеристик щодо якості товару та його вартості, які дають перевагу над товарами-конкурентами в задоволенні конкретної потреби споживача. Покупець робить вибір після порівняння подібних товарів та послуг, можливої користі від їх використання, рівня сервісу, гарантійного обслуговування.

Вимоги, які пред'являють до якості продукції, насамперед, стосуються її техніко-економічних показників, технології виготовлення та експлуатаційних характеристик. Підприємство, яке змогло поєднати використання новітніх технологій у виробництві, забезпечило максимальну якість і безпеку продукції, та нижчі ціни, має безсумнівні переваги і лідируючі позиції на ринку. Таке підприємство є конкурентоспроможним і має можливість успішно проводити свою діяльність на ринку. А позаяк такі вимоги регламентовано певними нормативними документами, то держава, звісно, контролює їх дотримання.

В умовах глобалізації економічних процесів питання управління якістю продукції постає перед усіма підприємствами світу. Адже довіра щодо якості продукції та її конкурентоспроможність на світових ринках, відповідність запитам споживачів, екологічна безпека та економність у використанні ресурсів, – ось нагальні питання сьогодення. Показники екологічності дають змогу судити про екологічну чистоту продукції та її придатність до споживання в їжу людьми або для годівлі тварин з точки зору нешкідливості їх впливу на стан живого організму. До цих показників відносять вміст у продукції радіонуклідів, нітратів, нітритів, залишків пестицидів та інших небезпечних для життя людей елементів і речовин, що повинні особливо ретельно контролюватися з метою недопущення перевищення їх концентрації понад гранично допустимі норми.

Показники безпеки представлені тими особливостями або властивостями сільськогосподарської сировини, що характеризують ступінь безпеки працівників у процесі її виробництва і виробничого використання. Ці показники, як і показники екологічності, повинні жорстко контролюватися з метою здійснення відповідних застережних заходів.

Проблема якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, зокрема продукції аграрного сектора економіки, є однією з основних проблем цивілізованого розвитку ринкових відносин в Україні. Успіх підприємства як на внутрішніх, так і на зовнішньому ринках залежить від конкурентоспроможності товару. Очевидно, що тільки товари високої якості матимуть попит на ринку, тому ті підприємства, які докладають значних зусиль щодо забезпечення й управління якістю продукції та її конкурентоспроможністю, успішно зможуть конкурувати і мати прибуток.

Україна має потенціал для того, щоб стати одним з найбільших виробників харчової продукції. Економічною передумовою встановлення матеріальних стимулів для сфери сільського господарства для поліпшення якості сільськогосподарської продукції є можливість поліпшити її агротехнічними й організаційно технічними заходами.

Але, нажаль, ми маємо високу невідповідність міжнародним стандартам якості та безпеки продуктів, що негативно впливає на експорт та продуктивність.

У всіх країнах ЄС якість та безпечність продукції контролюється самими виробниками та забезпечується підприємствами, які впроваджують системи якості, такі як ISO, HACCP та стандарти доброї виробничої практики (Good manufacturing practice - GMP - частина системи забезпечення якості, яка гарантує, що продукція постійно виробляється та контролюється згідно зі стандартами якості. Стандарти GMP особливу увагу приділяють створенню якості під час виробництва та направлені на зниження ризиків). Саме система планування на підприємстві повинна забезпечити реалізацію таких змін.

Якість продукції як невід'ємна частина споживаної вартості проявляється на стадії споживання. Об'єктивно ж показники якості продукції слід визначати ще до процесу споживання, на стадії реалізації продукції зі сфери сільського господарства до переробки або безпосереднього споживача.

Слід зазначити, що з об'єктивних причин проблему якісної продукції може розв'язувати лише при досягненні певного обсягу виробництва продукції, ліквідації дефіцитності її й при досягненні належного рівня купівельної спроможності населення.

При недостатньому обсязі пропозиції продуктів харчування споживач вимушено погоджується на зниження якості так само, як при низькій купівельній спроможності.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

Паненко А.М., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організації»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

Останнім часом особливої актуальності набули проблеми забезпечення соціально-економічних гарантій сталого продовольчого забезпечення населення. Продовольча безпека має розглядатися у рамках країни в цілому та в регіональному аспекті зокрема, що зумовлюється різноманітністю природно-кліматичних умов, соціально-економічним становищем окремих територій, демографічною ситуацією. Задоволення потреб у продовольстві повинно здійснюватися відносно кожної конкретної людини у місцях її проживання. Причому основний тягар у формуванні продовольчої безпеки покладається саме на суб'єкти держави, які несуть безпосередню відповідальність перед населенням за його достатнє забезпечення якісним продовольством.

Недооцінка важливості забезпечення регіональної продовольчої безпеки в Україні має ряд очевидних причин. Основна з них полягає в тому, що навіть на національному рівні забезпечення продовольчої безпеки не є пріоритетним напрямом розвитку АПК і державної політики у сфері його регулювання. Таким чином, відсутність постановки питання на рівні регіонів є логічним продовженням відсутності належної уваги до проблеми на загальнодержавному рівні. Подальше існування, самозбереження і розвиток України як суверенної держави неможливі без розробки і здійснення багатопланової й цілеспрямованої системи захисту її економічних інтересів. Основи такої політики на сучасному етапі визначені тільки Концепцією національної безпеки України, прийнятою Постановою Верховної Ради України від 16.01.1997 р. №3/97-ВР.

Стратегічною метою та поточними цілями сталого функціонування національного і регіональних АПК є стабільне та постійне забезпечення вітчизняного продовольчого ринку необхідними обсягами продуктів харчування згідно з попитом. Це, по суті, є вирішення проблеми продовольчої безпеки держави. Остання, зрештою, означає спроможність держави забезпечити раціональне харчування всіх верств громадян суспільства за нормальних умов і мінімально допустиме - за екстраординарних. Відтак продовольча безпека гарантує захищеність населення від недоїдання, а тим більше - від голоду. Це визначається наявністю в державі необхідних у часовому та територіальному параметрах продовольчих фондів, спеціальних запасів і резервів продуктів харчування. З цього й слід виходити, розробляючи довгострокову стратегію та тактику розвитку агропромислового виробництва, його трансформування відповідно до вимог моделі сталого функціонування.

Найважливішим показником рівня продовольчої безпеки служить калорійність добового раціону харчування населення, тобто показник обсягу споживання і відповідності його міжнародним нормам. Загальними критеріями забезпеченості продовольчої безпеки регіону, на нашу думку, можуть служити: відповідність рівня і структури кінцевого споживання продуктів харчування раціональним фізіологічним нормам споживання; наявність виробничого потенціалу, достатнього для виробництва основних продуктів харчування в обсязі й асортименті, який дає змогу виконати вимогу п. 1 при безпечному рівні регіонального експорту-імпорту продовольства; відповідність обсягів і структури експорту-імпорту продовольства безпечному для даного регіону рівню, що визначається можливостями економічно доцільного виробництва основних продуктів харчування в регіоні; відповідність якості і безпеки продовольства вимогам санітарно-гігієнічних екологічних і епідеміологічних стандартів споживання.

Для характеристики стану споживання продовольства в регіоні розглядаються такі показники: склад і структура населення регіону, що дають змогу виявити частку міського і сільського населення, населення працездатного віку, пенсіонерів, а також очікувану тривалість життя при народженні; розмір прожиткового мінімуму, вартість мінімального продовольчого кошика порівняно із середньомісячною заробітною платою і виплатами соціального характеру, середньомісячною пенсією. Кількість населення з доходами, що нижчі за величину прожиткового мінімуму; розподіл грошових доходів у суспільстві; калорійність і структура місячного раціону харчування, співвідношення з раціональними нормами харчування; динаміка і рівень цін на продукти харчування; розвиненість інфраструктури торгівлі продуктами харчування, структура роздрібної торгівлі.

На основі визначення проблемних сфер повинні формулюватися пріоритетні напрями державного регулювання, визначатися цілі й методи їх досягнення в рамках системи забезпечення продовольчої безпеки регіону. Таким чином, аналіз показників, що застосовуються для характеристики стану продовольчої безпеки, є об'єктивною основою формування стратегії і тактики її забезпечення.

Без радикального підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств усіх форм власності й організації виробництва, їх цілеспрямованої соціально-економічної та екологічно спрямованої реструктуризації на основі удосконалення ринкових відносин неможливо домогтися переведення регіональних АПК на модель сталого розвитку і динамічного зростання. Цілком очевидно, що державна аграрна політика має бути підпорядкована не частковій чи тимчасовій підтримці розвитку окремих ланок аграрної сфери, а спрямована на здійснення системних перетворень у ній.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

Пономаренко М.І., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

Процеси глобалізації та розвиток зовнішньої торгівлі, розширення торговельно-економічних об'єднань (ЄС, СОТ) за рахунок вступу нових країн нині актуальна. За таких умов для успішного розвитку зовнішньої торгівлі дедалі гостріше постає проблема підвищення конкурентоспроможності продукції. Законом України 'Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року" ставиться завдання ,,перетворення аграрного сектора на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому і зовнішньому ринках сектор економіки держави" [1].

Конкурентоспроможність вітчизняного виробництва сільськогосподарської продукції та відповідно її виробників визначається як на світовому (зовнішньому), так і внутрішньому ринках. Вітчизняна продукція конкурує на зовнішньому ринку з продукцією світових товаровиробників, а на внутрішньому - з продукцією, що виробляється різними підприємствами України. На світовому ринку конкурентоспроможність вимірюється часткою вітчизняної продукції на внутрішньому й світовому ринках і залежить від результативності господарської діяльності товаровиробників, рівня ефективності виробництва.

В Україні внаслідок тривалої економічної кризи, що призвела до різкого зниження обсягів виробництва продукції тваринництва та зростання реалізаційних цін на більшість ii видів, значно скоротилося споживання населенням м'ясних і молочних продуктів. Необхідний рівень продовольчої безпеки країни повинна забезпечувати значною мірою конкурентоспроможна продукція тваринництва. Населения України має споживати продукти, у яких кращі якісні та вартісні показники і не тільки вітчизняного виробництва. Тому проблема полягає у підвищенні конкурентоспроможності продукції тваринництва на внутрішньому ринку. Так, цінова і якісна перевага продуктів вітчизняного виробництва дає змогу наситити внутршній ринок країни і тим самим забезпечити необідний рівень споживання мяса і мясопродуктів, молока і молокопродуктів, яєць, меду та інших продуктів тваринництва. Населения країни, збільшуючи споживання продуктів харчування, стимулює зростання іх виробництва.

Ринок ставить жорсткі вимоги до товаровиробника, неякісна продукцщя не може конкурувати на Європейському ринку. Тому важливим значенням вирішення цієї проблеми має стати подальше підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції для виходу на зовнішній ринок.

В умовах комерціалізації виробництва для забезпечення поліпшення якісних характеристик продукції необхідно:

- удосконалювати систему техніко-технологічних заходів виробництва продукції та її збуту;
- впроваджувати у виробництво нові енергозберігаючі технології вирощування, транспортування, зберігання, переробки й реалізації продукції;
- здійснювати належний контроль за якістю продукції на всіх етапах її виробництва та збуту;
- впроваджувати у виробництво нові високопродуктивні породи тварин та птиці;
- використовувати цінову перевагу для забезпечення якої собівартість як базова величина ціни повинна формуватися за низьковитратним принципом, що досягається за рахунок удосконалення галузевої структури суб'єктів господарювання, науково обгрунтованої спеціалізації та концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці, ефективним використанням ресурсів і виробничого потенціалу з урахуванням вимог ринку [2].

У дослідженнях В.Я.Меселя-Веселяка [3] виділено ряд організаційно-економічних заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції тваринництва:

- застосування ресурсо- та енергозберігаючих технологій;
- інтенсифкація виробництва;
- поліпшення якості продукцй;
- проведения структурних змін у виробництві продукції тваринництва з урахуванням зональних особливостей.

Список літератури

1. Закон України . Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року.// Сельское хазяйство в Украине (agro/ua-24/com)/

2. Мазур Н.А., Місюк М.В. Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення. // Економка АПК. -2007. №2. -С.123.

3. Месель - Веселяк В.Л.. Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України. // Економіка АПК. -2007. №12. - С.8.

ХАРАКТЕРНІ РИСИ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Руденко Л.І., ст. викладач

В нинішніх ринкових умовах господарювання інтеграційні процеси відбуваються практично в усіх галузях народного господарства і сферах управління економікою.

У світовій практиці великого значення набувають міжнародні інтеграційні процеси, які дають можливість значно розширити технологічні межі виробництва, сприяти спеціалізації виробничих процесів. Посилення міжнародної інтеграції сприяє поглибленню глобалізації економіки, створенню мереж міжнародних виробництв з швидким розміщенням потужностей з випуску стандартизованої та уніфікованої продукції.

У сучасних умовах розвитку перед людством гостро постали проблеми глобалізації, що впливають на всі сфери життя людського суспільства: економічні, політичні, соціальні, культурні. Процес глобалізації носить об'єктивний характер і є результатом еволюції світової економіки, посилення світогосподарських зв'язків.

Значний внесок у вивчення питань глобалізації світового розвитку і участі України в цих процесах зробили вчені України М.А.Хвесик, П.П Пастушенко, А.С.Філіпченко, В.Є.Новицький, Л.М. Горбач, З.В.Герасимчук та ін. Наростаюча глобалізація світової економіки спонукає до пошуків нових шляхів щодо відстоювання національних інтересів на світовому ринку.

Глобалізація, як правило, має негативний вплив на міжнародну спільному в цілому і окремі її складові: регіони світу, групи країн, окремі держави. В процесі глобалізації поєднуються інтеграційні тенденції, що сприяють об'єднанню всіх частин сучасного світу, та тенденції дезінтеграції, що загострюють існуючі протиріччя та конфлікти в міжнародній спільноті. Глобалізація веде до росту економіки, але тільки невелика кількість країн отримує від неї зиск, а більшість країн потерпає від негативних наслідків у вигляді уповільнення економічного росту, зростання бідності.

Формування глобальної системи пов'язане із створенням транснаціональних корпорацій (ТНК), функціонування яких спирається на нові інформаційні технології. Особливою рисою для сучасних транснаціональних корпорацій є міжнародний характер її діяльності, постійне вдосконалення структури, безперервна інноваційна діяльність, широка диверсифікація. Для міжнародної корпорації характерні наступні риси:

- вона є активним учасником процесів міжнародного поділу праці;
- для неї характерна відносна незалежність руху капіталу від процесів, які виникають у національних межах;
- вона об'єктивно регулює світогосподарські відносини, проводячи операції з метою вилучення високого прибутку.

Міжнародні інтеграційні процеси жодним чином не прив'язані до конкретної місцевості, визначеної географічним положенням. Оскільки вони базуються на взаємовигідних умовах, при виникненні тієї чи іншої негативної ситуації, піклуючись тільки про власний бізнес, вони можуть розірвати угоду і безперешкодно залишити локальну спільноту без роботи і джерел існування.

Сучасні глобальні транснаціональні корпорації мають наступні риси: встановлення конкуренції у світовому масштабі, поділ світових ринків з небагатьма такими самими глобальними корпораціями; встановлення економічного і політичного впливу на держави, в яких діє ТНК. Нині ТНК контролюють близько половини світового промислового виробництва, понад 60% зовнішньої торгівлі, 90% світового ринку кави, чаю, кукурудзи, лісоматеріалів, тютюну, залізної руди та ін. У сфері діяльності ТНК перебувають найсучасніші підприємства, що працюють не стільки на внутрішній, скільки на зовнішній ринок, які часто монополізують виробництво у відповідних галузях. Таким чином поглиблюються економічні проблеми країни, в якій діють ТНК.

Глобалізація – це складний і суперечливий процес, який не веде до вирівнювання рівнів економічного розвитку різних країн і регіонів світу. Є також очевидним і те, що жодна країна не в змозі добитися серйозного економічного підйому і зростання благополуччя населення, якщо не буде брати активну участь у світових економічних процесах. Глобалізація і регіоналізація сучасної ринкової економіки відображає реальну дійсність розвитку економічних відносин. Ці процеси породжують гострі проблеми, які необхідно враховувати в розвитку економіки України та її регіонів.

Україна має певні конкурентні переваги у світогосподарській системі і тому може брати активну участь у глобальних економічних процесах. Це, в першу чергу, унікальний природно-ресурсний потенціал, який може відігравати важливу роль у розвитку світової економіки як її природна база. Природні умови України доповнюються і наявним виробничим, людським та науково-технічним потенціалом. Міжнародне значення має також рекреаційний комплекс. Унікальні бальнеологічні природні ресурси можуть стати природною базою розвитку загальноєвропейського туристично-рекреаційного комплексу. Тому, Україні потрібно найближчим часом відновити економічну потужність країни та інтегруватися в глобальну економіку.

Таким чином, Україна має об'єктивно оцінити напрями і наслідки глобалізації світового розвитку з метою визначення своєї участі у цьому процесі.

ОПЛАТА ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сергієнко О.С., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

Специфіка праці в аграрному секторі виробництва полягає в тому, що при її однакових затратах можна отримати різні кінцеві результати, які залежать також від погодно-кліматичних умов, від родючості землі, від сортів насіння. Все це необхідно враховувати при застосуванні відповідних форм та систем оплати праці.

Оплата праці - це винагорода за працю, яку вкладає працівник у сільськогосподарське виробництво.

Існуюча в сільгосппідприємствах оплата праці поділяється на основну та додаткову.

Основна оплата праці - це винагорода, що являє собою заробіток, який нараховується за тарифними ставками, посадовими окладами, з урахуванням виробленої продукції, її кількості та якості.

Додаткова оплата - це винагорода за працю понад установлені норми, за одержання зверх планового врожаю, за винахідливість, трудові успіхи. Вона включає доплати, надбавки, компенсаційні виплати, премії.

Питання оплати праці регулюється Законом України «Про оплату праці», законами України «Про сільськогосподарську кооперацію»; «Про селянське (фермерське) господарство», підзаконними та локальними нормативно-правовими актами.

Оскільки збирання врожаю залежить від пори, підприємствам необхідно розробляти умови оплати праці поквартально з урахуванням поетапного підвищення рівня оплати праці

У тваринництві праця організується таким чином: поголів'я худоби закріплюється за окремими тваринниками або за відповідною бригадою, ланкою чи фермою. Залежно від форми організації праці застосовуються індивідуальна або колективна оплата праці, преміювання. Нараховується оплата за натуральними показниками, тобто за живою вагою худоби, за одержання приплоду, а також одержання яєць птахофермами, меду пасіками, надою молока на фермах і т. ін. Норми обслуговування визначаються згідно з Правилами нормування праці. При цьому повинно враховуватися раціональне використання кормів, конкретні умови праці, добросовісне ставлення до виконання своїх обов'язків, безперервний стаж роботи.

Україна відстає сьогодні за рівнем середньомісячної заробітної плати на сільгосппідприємствах щонайменше у 2 рази від Росії, у 4 рази – від Польщі, у 7 разів – порівняно із Словенією.

Рис. 1. Динаміка середньомісячної заробітної плати у сільському господарстві України (складено на основі даних статистичного збірника «Праця в Україні» за 2009р.)

Дані рис. 1 підтверджують, що в нашій країні спостерігається відставання рівня заробітної плати в цілому по економіці і зокрема в обробній промисловості. Аналізуючи причини низької ціни сільської робочої сили, слід визначити ряд факторів. Перше, це мізерність оплати праці, зумовлена неефективністю сільськогосподарського виробництва, нижчою його прибутковістю порівняно з іншими галузями.

Серйозною проблемою підвищення заробітної плати є фінансові труднощі, що проявляються у нестачі оборотного капіталу. Крім того, підвищення заробітної плати стримується і через те, що це призведе до зростання собівартості сільськогосподарської продукції, яка і без того не відрізняється високою прибутковістю.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА УКРАЇНИ

Сергієнко О.С., Колодка Я.В., студ. 3 курсу ФМ,спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

Молочне скотарство завжди посідало важливе місце в економіці сільськогосподарського виробництва України. Значення його як провідної галузі тваринництва зберігається і в наш час. Пояснюється це передусім важливістю молока як незамінного продукту харчування, що традиційно входить вдо раціону населення нашої держави. Молочне скотарство є єдиною галуззю, яка складається із соціальної, економічної та технологічної підсистем.

Питанням удосконалення розвитку і підвищення ефективності розміщення молочного скотарства, формуванню ринку молока та поліпшенню породної структури галузі присвячено багато наукових праць українських вчених-аграрників. Серед них наукові розробки Бойка В.І., Березівського П.С., Бурката В.П., Зубця М.В., Зимовця В.Н., Крисального О.В., Товкача М.І., Куткова С.Й., Омельяненко А.А., Пабата В.О., Мостенської Т.Л.

На даний момент є актуальним дослідження сучасного стану та ретроспективний аналіз галузі з метою визначення тенденцій розвитку молочного скотарства України та розробки пропозицій щодо напрямів виведення його з кризи та стабілізації розвитку. Складна ситуація склалася з виробництвом тваринницької продукції, багато підприємств скоротило, а то і зовсім згорнуло виробництво.

Нині молочне скотарство знаходиться у кризовому стані. Поголів'я корів у всіх категоріях господарств України на сьогоднішній день скоротилося на 15 %, а валове виробництво молока – на 35,5 % порівняно з 1990р. Молочне скотарство у сільськогосподарських підприємствах протягом 1995-2002 рр. було збитковим. І лише з 2003 р. спостерігається позитивна тенденція розвитку молочного скотарства, адже виробництво молока перейшло із розряду збиткових до розряду прибуткових (рівень рентабельності виробництва становив 7,4%).

Розвиток молочного скотарства знаходиться у нерозривному зв'язку з факторами, що на нього впливають. Головними з них слід вважати: сприятливість природних умов, важливість основної продукції галузі, особливості ринку молока, економічна ефективність виробництва молока,рівень урбанізації рігіону, забезпеченість трудовими ресурсами,транспортні умови.Розглянемо деякі фактори більш конкретно;

Сільськогосподарське виробництво завжди тісно пов'язане з природними умовами, що безпосередньо впливають на нього. Вони відіграють провідну роль у формуванні природної ренти, сутність якої полягає в тому, що при однаковій технології в зоні з більш сприятливими грунтово-кліматичними умовами виробництво потребує менших витрат, ніж в інших зонах.

Наявність значної кількості природних сінокосів і пасовищ, достатня зволоженість основної частини грунтів є передумовою для успішного функціонування кормовиробництва.

Вивчення особливостей первинного ринку молока (тобто ринку, на якому продавцями цього продукту є безпосередньо виробники) дало змогу сформулювати висновок, що в умовах несистемного державного регулювання в найбільш невигідному становищі опиняються сільськогосподарські підприємства.

Основними проблемами розвитку молочного скотарства України:

– загальна економічна криза в державі, що призвела до зниження купівельної спроможності населення;

– диспаритет цін на продукцію сільського господарства і промисловості;

– відсутність цілеспрямованої та науковообгрунтованої державної підтримки галузі;

– недосконалість кредитної , податкової та інвестиційної політики;

– низький рівень розвитку науково-технічного прогресу.

З метою розв'язання проблеми подолання кризи у виробництві молока пропонується запровадити гарантування доходів виробників молочної сировини шляхом впровадження державними регулюючими органами достатньо високої рентабельності молочного скотарства протягом кількох років. Цей захід виведе з кризи товарне виробництво, стимулюватиме створення нових спеціалізованих господарських суб'єктів.

Також для вирішення проблем розвитку галузі скотарства потрібно запропонувати національний проект, який би сприяв потужному розвитку вітчизняного скотарства та забезпечив виробництво безпечної, якісної м'ясної сировини та молока за доступними цінами в обсягах, які би дозволили забезпечити раціональні норми споживання.

Галузь потребує рекомендацій, розроблених на основі системного підходу, щодо підвищення економічної ефективності молочного скотарства України з метою недопущення поглиблення кризових явищ.

Майбутнє розвитку молочного скотарства в Україні передбачається в необхідності подальшого розвитку інтеграції агро-промислового виробництва, створення інтегрованих формувань ринкового типу, зумовлених потребою України вступити до СОТ і підвищити конкуренто-спроможність вітчизняних продуктів харчування.

ОБГРУНТУВАННЯ КОНТРОЛІНГУ, ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Слободенюк А.С., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: ст. викладач Ільченко О.В.

Найбільш актуальним завданням сьогодні для окремо узятого підприємства, що працює в сучасних умовах господарювання, є створення теоретичної бази і заснованого на ній інструментарію, які допомогли б модернізувати організаційну і інформаційну структуру підприємства так, щоб вирішувалися базові проблеми його розвитку, що зумовлюють стабільні успіхи. Одним з найбільш важливих напрямів зростання ефективності роботи підприємства є вдосконалення системи менеджменту за допомогою створення системи контроллинга.

На прикладі дуже маленької організації, де управлінець, будучи одночасно власником або повністю відповідальним перед усім, працює в один і той же час і в одному місці зі своїми робітниками. Розглянемо особливості управління: він сам може визначати якість майбутньої продукції або послуги. Сам визначає з якістю взаємозв'язану швидкість роботи. Сам визначає справедливу винагороду для робітників. Сам вирішує як поступити з відходами виробництва. Сам закуповує інструмент та матеріал.Сам розраховує фінансовий баланс. Сам планує майбутній розвиток і працює над реалізацією цього.

Часто з метою зростання прибутку, управлінець розширює чисельність співробітників до 3 або 7 (число в залежності від сфери діяльності). Обсяг його постійної роботи зростає, односачтно зі зростаючим обсягом роботи його службовців. Результатом такого рішення стає неможливість в один і той же час і в одному місці бути зі своїми робітниками і контролювати продуктивність праці, якість роботи працівників, поводження з інструментом. З цього випливають таки наслідки, при наявності перешкод в процесі робіт, можуть бути наступними: неякісна продукція або послуга з можливою втратою замовника, нерентабельне виробництво з подальшим банкрутством, несправедливе преміювання робітників з подальшою демотивацією.

Наступний етап зростання чисельності співробітників організації передбачає передачу багатьох другорядних функцій від управлінця (менеджера) до середнього рівня менеджменту, так як виконання даного обсягу функцій і завдань керівникові вже не під силу. Наш управлінець просто не в змозі забезпечуватися інструментом і матеріалом, керувати виробництвом, охороняти майно, вести фінансовий облік. Але передача повноважень веде до більшої кількості і більшою мірою ризиків і, відповідно, зростаючими наслідками для повністю відповідального. Приклади: довгострокове планування діяльності, бюджетування, проведення дорогого дослідження, юридично спірна рекламна акція і т. д. Адже відповідальність залишається на нашому управлінців.

Намагаючись відповісти на питання, як зробити можливим, щоб організація працювала з меншими ризиками і з кращими характеристиками, і розробляються цілі системи управління, які часто об'єднують під поняттям контролінгу. Суть цих систем можна найчастіше описати як набір інтелектуальних, систематизованих механізмів для контрольованого напрямку дій службовців за відсутності на місці відповідального керівника, які ведуть до ефективного, бажаного результату для організації.

Усвідомлення керуючим неможливості контролю своїх підлеглих у свою відсутність, особливо на великих підприємствах, призвело до ідеї контролю через інформацію про дії та факти, з якими стикається підлеглий, найчастіше зібрану за допомогою самого підлеглого. Це перехід до контролю за допомогою чисел і фактів, який є навіть ефективніше великої кількості проміжних керуючих. При цьому було встановлено, що інформація має певними характеристиками. У будь-якій системі контролінгу присутні такі обов'язкові фактори, пов'язані з інформацією та потокам інформації: інформаційне забезпечення, передача або трансформація інформації, тощо.

Можна зробити висновок, що більшість організацій потребує впровадження ефективної системи контролінгу як засобу забезпечення стабільного розвитку підприємств, чіткий взаємозв'язок оперативного та стратегічного планування, розробка системи стратегічних планів підприємства і розуміння необхідності заміни старої системи управління на систему контролінгу.

СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВАТ «СУМСЬКИЙ ЗАВОД НАСОСЕНЕРГОМАШ»

Стеценко І.В., студ.4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Мазій І.М.

ВАТ «Сумський завод Насосенергомаш» є найбільшим у машинобудівельному комплексі України та СНД, яке спеціалізується на виробництві обладнання для атомної і теплової енергетики. Завод має все необхідне для створення високоефективного насосного устаткування: власна конструкторська база, добре оснащене виробництво з сучасними технологіями. Наявність комплексу лабораторій дозволяє забезпечити високу якість виготовлених насосів.

ВАТ "Сумський завод Насосенергомаш" виробляє насоси для зрошення, меліорації, іригації, транспортування нафти та нафтопродуктів, видобутку нафти, водопостачання та водовідведення, устаткування, що застосовується в харчовій та легкій промисловості, комунальній енергетики, гірничій, вугільній, металургійній та хімічній промисловості, більша частина з яких експортуються у більш ніж 40 країн далекого і близького зарубіжжя.

Товариство являється постійним учасником різноманітних виставок, ярмарок, що дає змогу одночасно знаходити оптових покупців і укладати угоди на довготривале співробітництво, здійснювати роздрібну торгівлю

Продукцією Сумського заводу "Насосенергомаш" оснащені майже всі об'єкти атомної та теплових енергетики країн СЕВ. Крім того насосне обладнання експортувалось в Аргентину, Австралію Алжир, Бенін, Болівію, Грецію, Єгипет, Ірак, Іран, Китай, Кубу, Лівію, Нігерію, Марокко, Турцію, Фінляндію та інші країни світу .

ВАТ "Насосенергомаш" здійснює зовнішньоекономічну діяльність через: проведення переговорів з імпортерами, оформленням документів та заключенням договору; здійсненням міжнародних розрахунків; оформлення митних документів та доставкою товару за умовами ІНКОТЕРМС тощо.

Основою збільшення прибутку є не зменшення об'єму реалізації, а впровадження виготовлення нового виду насосного обладнання, такого як консольні насоси та виготовлення запчастин. За останні роки ВАТ "Насосенергомаш" освоїв та виготовив 96 насосів нової техніки, втому числі: 23 дослідних зразків так 73 насоси промсерії. Але тільки 20 нових насосів було запущено в масове виробництво.

За свою діяльність підприємство мало стосунки більш ніж 40 країнами світу. І з кожним роком працівники ВАТ налагоджують стосунки з новими імпортерами насосів по всьому миру. Довгострокові ділові стосунки зв'язуються з споживачами насосного устаткування в країнах Близького та Далекого Сходу, Азії, Африки і т.д.

Основними конкурентами на внутрішньому українському ринку насосів є: ВАТ «Кіровоградський насосний завод «Сахгідромаш» (м. Кіровоград); ЗАТ «Луганська індустріальна компанія» (м. Луганськ); ВАТ «Южгідромаш» (м. Бердянськ);ТОВ «Енерго-союз» (м. Суми).

На ринку Росії це: ВАТ «Лівгідромаш» (м. Лівни); ВАТ «Уралгідромаш» (м. Сисерть); ВАТ «Ясногірський машзавод» (м. Ясногірськ); ВАТ «Димитровградхіммаш» (м. Димитровград).

Серед підприємств далекого зарубіжжя: KSB AG (Німеччина); Sulzer Pumps (Швейцарія). ВАТ «Насосенергомаш» є визнаним лідером серед конкурентів вітчизняних і російських. Але поступається компаніям KSB AG та Sulzer Pumps.

Як бачимо підприємство має достатньо ефективне виробництво і достатній рівень конкурентоспроможності, хоча і на ньому виникають проблеми.

Для підвищення величини прибутку і економічної ефективності господарювання пропонується вжити наступні заходи:

1) побудова сильної організаційної структури, здатної швидко адаптуватися і перебудовуватися в умовах, що змінюються.

2)постійне підвищення професіоналізму і кваліфікації співробітників.

3)створення сильної корпоративної культури.

4)створення сильної інформаційної підтримки виробництва, включаючи і можливості Internet.

5)створення системи безперебійного забезпечення підприємства сировинними ресурсами.

6) приділяти увагу рекламі продукції підприємства, організовувати чи приймати участь у різних виставках, тендерах, програмах.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Крючко Н.М., студ. 3 курсу ФМ, спец. "Менеджмент організацій"
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

В умовах об'єктивної дії ринкових механізмів інтенсифікація використання основних фондів і виробничих потужностей є визначальним фактором, який забезпечує виробництво споживацької вартості і відповідно виступає основою життєздатності підприємства в конкурентному середовищі.

Вирішення завдання підвищення ефективності використання основних фондів і потужностей підприємства означає збільшення кількості продукції, яка виробляється, підвищення її якості, зниження собівартості одиниці продукції і виробництва в цілому, зростання потенціалу.

Удосконалення структури основних фондів та балансу виробничих потужностей призводять до зменшення витрат підприємства на їх екстенсивне нарощування при зміні обсягів і номенклатури продукції, яка виготовляється. Це значною мірою сприяє підвищенню оборотності виробничих фондів, що забезпечує скорочення розриву між фізичним та матеріальним зношенням основних фондів, прискоренню темпів їх оновлення.

Ринкові економічні процеси останніх років змусили підприємства України переглянути свою політику щодо ефективності використання всіх наявних ресурсів з метою найшвидшого вирішення проблем конкурентоздатності та економічної стабільності. Основна мета ринкової економіки - задовольнити потреби споживачів шляхом нарощування випуску конкурентоспроможної продукції. Для того щоб вивести підприємство у ранг прибуткового часто звертаються до кількісного ї якісного вдосконалення основних виробничих фондів шляхом введення нових фондів та модернізації устаткування, використовуючи, при цьому, здобутки науково-технічного прогресу, але одним з найважливіших факторів вдосконалення виробництва залишається підвищення ефективності вже існуючих засобів праці. Для цього необхідно провести серйозний аналіз складу та структури основних фондів, їх технологічного стану, резервів покращення використання основних фондів та їх ефективності.

Ефективне функціонування основних фондів залежить від того, наскільки повно реалізується інтеграційний потенціал сукупності екстенсивних і інтенсивних факторів поліпшення їх використання. Ефективність відтворювальних процесів певною мірою залежить від строків експлуатації перш за все активної частини основних фондів, тобто періоду функціонування у виробництві відповідно до їх первісного технологічного призначення. При цьому як скорочення, так і збільшення періоду експлуатації по-різному впливають на ефективність відтворення і використання знарядь праці.

Одним з найбільш важливих завдань розвитку промисловості є забезпечення виробництва насамперед за рахунок підвищення його ефективності і більш повного використання внутрішньогосподарських резервів. Для цього необхідно раціональніше використовувати основні фонди і виробничі потужності. Збільшення обсягів виробництва промислової продукції досягається за рахунок: запровадження в дію основних фондів і виробничих потужностей; поліпшення використання діючих основних фондів і виробничих потужностей. Підвищення ефективності використання основних фондів є своєчасне впровадження в експлуатацію нових основних фондів і виробничих потужностей, швидке їхнє освоєння. Скорочення термінів впровадження в експлуатацію нових фабрик і заводів дозволяє швидше одержати потрібну для народного господарства продукцію з технічно досконаліших основних фондів, прискорити їхній оберт і тим самим сповільнити настання морального зносу основних фондів підприємств, підвищити ефективність суспільного виробництва в цілому.

Ефективне використання основних фондів та виробничих потужностей має велике значення як для підприємства, так і для економіки країни в цілому. Повніше використання основних фондів на підприємстві веде до зменшення потреби у введенні в експлуатацію нових виробничих потужностей, до збільшення випуску обсягів продукції та підвищення рівня її якості (а значить, і прибутку), прискорює їх оборотність, що значною мірою сприяє вирішенню проблеми скорочення розриву в термінах фізичного і морального зносу, прискорює темпи оновлення основних фондів.

Успішне функціонування основних фондів та виробничих потужностей залежить від того, якою мірою реалізуються екстенсивні та інтенсивні фактори для кращого їх використання. Екстенсивне поліпшення використання основних фондів і виробничих потужностей означає: по-перше, збільшення часу функціонування основного устаткування і, по-друге, підвищення питомої ваги діючого устаткування в складі всього устаткування, наявного на підприємстві.

Отже, інтенсивний шлях використання основних фондів діючих підприємств включає технічне їх переозброєння, підвищення темпів відновлення основних фондів. Підвищення ефективності використання основних фондів у даний час, коли в Україні спостерігається значний занепад виробництва, має величезне значення. Підприємства, що мають у розпорядженні основні фонди, що дістались як спадщина від соціалістичної економіки, повинні не тільки прагнути їх модернізувати, але і максимально ефективно використовувати те що є, особливо в існуючих умовах дефіциту фінансів і виробничих інвестицій.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Холодьон О.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організації»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Наумко Ю.С.

Підприємства активно залучають позикові кошти, зокрема використовують кредити банків, товарні кредити, акціонерний капітал. Використання кредитів характерне для підприємств, що не мають достатньої величини власних фінансових ресурсів для реалізації інвестиційних проектів. У зв'язку із цим набуває актуальності оцінювання інвестиційної привабливості промислового підприємства. Інвестиційна привабливість підприємства є багаторівневою інтегральною характеристикою.

Інвестиційна привабливість підприємства – це його інтегральна характеристика як об'єкта потенційного інвестування з точки зору наявного стану, можливостей розвитку, обсягів і перспектив отримання та розподілу прибутку, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства, його ділової активності та рентабельності. Вона поєднує у собі дані про ступінь очікуваної дохідності, ризикованості та ліквідності потенційного капіталовкладення.

Інвестиційна привабливість це не тільки фінансово-економічний показник, а модель кількісних і якісних показників - оцінок зовнішнього середовища (політичного, економічного, соціального правового) і внутрішнього позиціонування об'єкта у зовнішньому середовищі, оцінка його фінансово технічного потенціалу, що дає змогу варіювати кінцевий результат.

Інвестиційна привабливість навколишнього для підприємства середовища (регіону, галузі, країни) має опосередкований вплив на інвестиційну привабливість підприємства, по-перше, тому, що підприємство - це відкрита система. По-друге, зовнішні фактори мають універсальний характер і відіграють для потенційних інвесторів не менш важливу роль, ніж конкретний об'єкт інвестування. Оцінка інвестиційної привабливості на розглянутих рівнях - це перший етап прогнозування та передбачення заходів щодо залучення інвестиційних ресурсів і підвищення привабливості об'єктів інвестування на всіх рівнях. Отже, визначення інвестиційної привабливості окремого підприємства як потенційного об'єкта інвестування є завершальним етапом оцінки інвестиційного ринку. Від стану привабливості підприємства залежить галузева та регіональна спрямованість його інвестиційної діяльності.

Ступінь інвестиційної привабливості промислового підприємства є індикатором, показання якого дозволяють зробити висновки потенційним інвесторам про необхідність і доцільність вкладення фінансових засобів саме в даний об'єкт.

Інвестиційна привабливість підприємства як об'єкта інвестування є важливим показником, під яким слід розуміти його інтегральну характеристику з точки зору наявного фінансового стану, можливостей розвитку техніко-економічного та організаційного рівня виробництва, соціальної безпеки та інформаційної забезпеченості тощо.

Інвестиційну привабливість слід визначати як комплекс різноманітних факторів, перелік і вага яких може змінюватись в залежності від: цілей інвесторів; виробничо-технічних особливостей підприємства, у яке інвестуються кошти; економічного розвитку підприємства у минулому, на теперішній час, а також очікуваного у майбутньому економічного розвитку.

На інвестиційній привабливості мають ґрунтуватись на логіці інвестиційних рішень, яка передбачає вкладення коштів там, де сприятливіші умови інвестування. Оскільки ідеальних умов у реальній практиці не буває, такі рішення приймаються, як правило, шляхом вибору більш прийнятних варіантів серед сукупності можливих. З урахуванням цього розроблено логічну схему процедури пошуку, вибору та прийняття інвестиційних рішень на основі порівняння, що має вид алгоритм вибору - спочатку інвестор вибирає країну інвестування на основі міждержавної оцінки інвестиційної привабливості, потім галузь на основі міжгалузевої оцінки, далі регіон й так до рівня окремого проекту. Таку модель пошуку рішень для групи інвесторів з невизначеними наперед цілями можна вважати найбільш оптимальною, оскільки вона дозволяє інвестору з різноплановими інтересами та можливостями оцінити інвестиційну привабливість на кожному рівні: країни, галузі, регіону, підприємства, проекту тощо.

Інвестиційна привабливість підприємства, що є сполучною ланкою між етапом аналізу та етапом прийняття рішень про вкладення коштів, являє собою інтегральну характеристику окремих підприємств як об'єктів перспективного інвестування з позиції сталості розвитку, ефективності використання активів, їх ліквідності та цілої низки інших показників.

Інвестиційна привабливість відіграє вагому роль в активізації інвестиційних процесів. В умовах обмеженості ресурсів і гострої конкуренції між підприємствами за одержання більш якісних і дешевих ресурсів, у тому числі і фінансових, на перший план виходить питання про створення в інвесторів представлення про підприємство, як привабливий об'єкт інвестування - формуванні інвестиційної привабливості. Роль визначення інвестиційної привабливості підприємств полягає в тому, що потенційних інвесторів необхідно переконати в доцільності вкладень за допомогою конкретних показників.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кобрін Ю.В., асистент

Природні інтерфейси. Успіх контролера Kinect, який переводить комп'ютерні ігри на більш високий рівень інтерактивності, говорить про перспективність природних інтерфейсів. Kinect є лише першим кроком на шляху втілення подібних технологій, причому не тільки в ігрових додатках. У числі передових проектів, що використовують природні інтереси, Mirage Blocks, побудований на базі революційного контролера. Розпізнавання жестів використовується для переміщення і управління тривимірними об'єктами, для сприйняття яких застосовується спеціальний проектор і затворні окуляри. Технологія може знайти застосування в рамках організації різних конференцій і нарад. Інший побудований на Kinect продукт дозволяє створювати тривимірне відображення навколишнього простору; обертання і нахил моделі здійснюється за допомогою обертання спеціального сенсора. У доступному для огляду майбутньому обчислювальні потужності будуть використовуватися там, де вони раніше ніколи не застосовувалися. Сьогодні ведеться робота по об'єднанню зазначених технологій у єдиний інформаційний простір.

Нейронні мережі. Інтелектуальні системи на основі штучних нейронних мереж дозволяють з успіхом вирішувати проблеми розпізнавання образів, виконання прогнозів, оптимізації, асоціативній пам'яті і керування. Традиційні підходи до вирішення цих проблем не завжди дають необхідну гнучкість і багато додатків виграють від використання нейромереж. Штучні нейромережі є електронними моделями нейронної структури мозку, який, головним чином, вчиться на досвіді. Природною аналог доводить, що безліч проблем, що не піддаються вирішенню традиційними комп'ютерами, можуть бути ефективно вирішені за допомогою нейромереж. Тривалий період еволюції додав мозку людини багато якостей, відсутніх у сучасних комп'ютерах з архітектурою фон Неймана. Досягнення в галузі нейрофізіології дають початкове розуміння механізму природного мислення, де збереження інформації відбувається у вигляді складних образів. Процес зберігання інформації як образів, використання образів і вирішення поставленої проблеми визначають нову галузь в обробці даних, яка, не використовуючи традиційного програмування, забезпечує створення паралельних мереж та їх навчання. У лексиконі розробників та користувачів нейромереж присутні слова, відмінні від традиційної обробки даних, зокрема, "вести себе", "реагувати", "самоорганізовуватися", "навчати", "узагальнювати" та "забувати".

Технології паралельної і розподіленої обробки даних. «Хмарні обчислення» - концепція «обчислювальної хмари», згідно з якою програми запускаються і видають результати роботи у вікно стандартного веб-браузера на локальному ПК, при цьому всі програми та їх дані, необхідні для роботи, знаходяться на віддаленому сервері в Інтернеті. Тобто cloud computing - це програмно-апаратне забезпечення, доступне користувачеві через Інтернет (або локальну мережу) у вигляді сервісу, що дозволяє використовувати зручний веб-інтерфейс для віддаленого доступу до виділених ресурсів (обчислювальних ресурсів, програм і даних). Комп'ютер користувача виступає при цьому рядовим терміналом, підключеним до мережі. Комп'ютери, що здійснюють cloud computing, називаються «обчислювальним хмарою». При цьому навантаження між комп'ютерами, які входять до «обчислювальне хмара», розподіляється автоматично. Найпростішим прикладом cloud computing є p2p-мережі (peer-to-peer).

Нанотехнології. «Нанотехнології та мікросистемна техніка» включає сукупність засобів, способів і методів людської діяльності, спрямованої на створення, дослідження, моделювання, проектування, виробництво та експлуатацію матеріалів, приладів і пристроїв нано і микросистемой техніки різного функціонального призначення, розробку і застосування процесів нанотехнології і методів нанодіагностика.

Технології візуалізації. Бурхливий розвиток 3-х вимірної графіки - наукова візуалізація сформувалася в самостійну галузь науки, увібравши в себе основи диференціального обчислення, геометрії, програмування. Перехід на 3D-технології перетворив графіком із засобу подання на потужний метод вирішення наукових проблем. Тривимірна візуалізація може широко застосовуватися для освітніх систем у різних галузях науки. Навчання з використанням тривимірних моделей дуже наочно і дозволяє урізноманітнити форми подачі матеріалу й підвищувати інтерес слухача. Найбільше значення віртуальна візуалізація має в інтерактивних системах навчання. Методика сучасного викладання з використанням комп'ютерної графіки та аудіовізуальних коштів повинна орієнтуватися на майбутні і сучасні технології, у тому числі і на тенденції розвитку способів використання інформаційно-комп'ютерних засобів і технологій. Повинні бути викладені необхідні технічні умови, програмне забезпечення і вимоги до користувача, які створюють умови для звернення до цифрової графіки та комп'ютерного дизайну. Але ще більш важливо те, що до складу навчально-методичних комплексів повинна бути закладена спочатку можливість їх модернізації та інтеграції з динамічним зміною інформаційного ресурсу.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Смоляров Г.А., к.е.н., доцент

В сучасних умовах кожне підприємство повинно удосконалювати систему менеджменту. Одним із шляхів рішення цього завдання є впровадження інформаційної системи менеджменту. Але, як показує досвід, інформаційні системи самі по собі не можуть позбавити підприємства від наявних проблем. Інформаційна система лише повинна забезпечувати більш досконале виконання певних функцій управління. Сучасний менеджмент, з точки зору інформаційних процесів, реалізуються на основі сучасних інформаційних технологій. На сьогодні не існує універсальних інформаційних технологій, так як вони мають свою сферу застосування. Для визначення ефективності використання інформаційних технологій в менеджменті необхідно визначити, які моделі менеджменту вони підтримують. Кожна модель менеджменту визначає об'єкт управління і засоби, які необхідно використовувати керівнику для досягнення мети. Серед існуючих моделей виділяють наступні основні групи моделей управління: ресурсами, процесами, корпоративними знаннями. Кожна з моделей менеджменту підтримується своїми засобами комп'ютеризації та видом прикладного програмного забезпечення. Окремі з них визнані, як управлінські стандарти. Моделі управління ресурсами представляють організацію як систему ресурсів: фінанси, матеріальні запаси, кадри. Усі управлінські процеси описуються операції, що відображають переміщення ресурсів. Таким чином, до першої групи моделей менеджменту можна віднести управління фінансами, управління матеріальними запасами, управління кадрами. Основною метою застосування відповідної моделі менеджменту є забезпечення ресурсами і контроль за ними. Управління ресурсами добре описується моделями, що стали стандартами: модель бухгалтерського обліку, планування виробничих ресурсів. Моделі цієї групи підтримуються спектром програмного забезпечення, при цьому найбільш поширені бухгалтерські інформаційні системи. Інформаційними системами підтримками даної моделі управління є технології обробки даних, реалізовані на основі систем управління даними. Моделі управління процесами представляють організацію як систему бізнес-процесів, основними поняттями якої виступають процес, функція, подія, дані. Основна мета моделей управління даної групи координація подій і функцій. До другої групи моделей можна віднести такі моделі, як управління якістю (TQM стандарт ISO), управління процесами (Workflow), а також моделі управління проектами. Ці моделі підтримуються програмним забезпеченням, що відноситься до систем управління проектами, документообігом, технологічними процесами. Моделі управління корпоративними знаннями представляють організацію як систему колективів працівників, що вирішують загальну задачу ,а в ролі організуючих факторів виступають корпоративні знання та комунікацій. Основна мета моделей управління даного типу - забезпечення координації і оперативного пошуку інформації для обґрунтування прийняття рішень. Ця група моделей управління стрімко розвивається і одержала назву "системи управління знаннями" (Knowelege Menedgment). До цієї групи моделей відносяться моделі управління складними нестандартними проектами (сімейство стандартів PIM), у яких фактором управління є проектні комунікації і кваліфікаційній рівень проектної групи. Для структурування інформації використовується мова SGML, що зафіксована як стандарт ISO 8879. Моделі управління підтримуються програмним забезпеченням класу Group Ware, інформаційно-пошуковими системами, інтранет-технологіями. Аналіз моделей управління показав, що їх можливості і ефективність застосування залежать від конкретних розробок в галузі інформаційних технологій, які визначають стан і перспективу їх розвитку. На ринку програмних продуктів широко розповсюдження різноманітні програмні продукти, які реалізують як окремі інформаційні технології, так і їх комплекси. Слід відмітити роль інтернет та інтранет технологій, які дозволяють створювати інформаційне середовище підприємства, так і мати доступ до зовнішньої інформації, при цьому не можливо обійтись без систем обробки даних. Отже для сучасного підприємства впровадження однієї моделі управління не можливе без використання іншої, що також зумовлене рівнями системи управління. Інформаційне забезпечення найбільш важливе для процесів управління організацією і може мати різну базову технологію передачі і збереження даних: паперові документів , листи і записки, що реалізують традиційні технології. Технологія мережі інтернет перетворила паперові документи в електронні сторінки і файли, дошку оголошень – в WEB-сторінка і т.п. Впровадження інтранет технологій дозволяє створити інформаційне середовище всередині підприємства, що надає корпоративним комунікаціям нову якість – масовість, а також інтегрувати різноманітні технології в інформаційну систему підприємства. Отже, в сучасній практиці накопичено багатий досвід застосування інформаційних технологій в менеджменті, який підтверджує їх вплив на організацію управління в напрямку удосконалення і підвищення ефективності процесів управління, надає новий інструментарій менеджерам усіх рівням. Забезпечення необхідною інформацією фахівців усіх рівнів позитивно впливає на створення умов раціональної організації та реалізації функціональних обов'язків, шляхом оперативного і ефективного рішення задач управління, а також дає змогу застосувати новітні моделі управління, підвищувати продуктивність праці і загальний рівень культури управління і комунікації

ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В СНАУ

Агаджанова С.В., к.т.н., доцент

Головною задачею університету на сучасному етапі є підвищення конкурентоздатності вузу за допомогою:

- відкриття нових спеціальностей;
- впровадження нових навчальних технологій і форм навчання;
- забезпечення якісної, ефективної підготовки майбутніх фахівців.

При цьому слід пам′ятати про необхідність забезпечення адаптованих до вимог абітурієнтів умов навчання. Тому, питання, що розглядається є досить актуальним.

Економічна криза зменшила можливості і обсяги слухачів очної, заочної, післядипломної освіти. Є значний попит на навчальні послуги за дистанційною формою.

В країні Центри дистанційного навчання(ДН) працюють в Києві, Харкові, Львові, всього в 177 навчальних закладах. В Сумах лабораторія ДН створена на базі кафедри інформатики Сумського Державного Університету, в Інституті підвищення кваліфікації.

Головною метою дистанційного навчання є надання слухачам можливості отримати якісні знання, набути уміння та навички відповідно до обраної навчальної програми (плану) за місцем їх проживання або тимчасового перебування з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

Дистанційне навчання може здійснюватися у системі заочної, післядипломної освіти для перепідготовки, спеціалізації та підвищення кваліфікації.

Навчальний процес з використанням технологій дистанційного навчання може відбуватись:

- за дистанційною формою, коли всі види навчальних занять, підготовка випускної роботи, контрольні заходи здійснюються за дистанційною формою; при цьому захист випускної роботи і підсумковий контроль (залік, екзамен) можуть здійснюватися очно або дистанційно через засоби відеоконференцзв’язку;
- за дистанційною, поєднаною з іншими формами навчання, коли лише частина навчальної програми вивчається дистанційно. Перелік дисциплін (тем) навчальної програми (плану), обсяги навчального часу та/або види навчальних занять, які здійснюються за технологіями дистанційного навчання, визначаються ВНЗ.

У навчальному процесі СНАУ використовуються різні технології, методи, методики, прийоми, що сприяють його вдосконаленню, такі як:

- модульно-рейтингова технологія;
- тестовий контроль знань (вхідний, поточний, підсумковий);
- проблемне навчання;
- мультимедійні і мережеві технології.

Елементи ДН, що використовуються в навчальному процесі Сумського НАУ.

- Навчально – методичні комплекси.
- Електронні підручники.
- Консультації та захист практичних(лабораторних) робіт з дисципліни за допомогою e-mail, Skype.
- Мультимедійні лекції.
- Електронна бібліотека.

Кафедрою кібернетики та інформатики сумісно з Інститутом заочної освіти, Центром інформаційних технологій ведеться системна робота щодо розробки концепції та методики впровадження дистанційної форми навчання в Сумському НАУ.

На сьогодні робота виконується по наступних напрямках:

1. Розробка нормативної бази дистанційної форми навчання (Положення про дистанційну форму навчання, Положення про електронний навчальний курс);
2. Розробка інформаційно – методичної бази, а саме, підготовка викладачами, що проходять навчання на курсах «Розробка дистанційних курсів на базі e-learning платформи MOODLE» дистанційних курсів з відповідних фахових дисциплін;
3. Організаційна робота, а саме, формування підрозділів, що мають займатися проблемами впровадження ДН в університеті, його моніторингом, контролем якості.
4. Вирішення питань системотехнічного, програмного забезпечення ДН.
5. Підготовка т′юторів для роботи зі слухачами ДН.
6. Підготовка інженерно – технічного складу для адміністрування системи ДН.
7. Вирішення питань фінансового забезпечення ДН.

Глобальною, загальною проблемою дистанційного навчання є створення і ефективне використання інформаційно-освітнього середовища на основі інформаційних і комунікаційних технологій.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ ОПТИМІЗАЦІЇ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАПАСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА УМОВОЮ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЇЇ ЦІНИ

Долгіх Я.В., к.е.н., доцент

Розглянемо задачу оптимізації календарного плану реалізації запасів сільськогосподарської продукції за умовою невизначеності цін на продукцію.

Здійснимо постановку задачі. Нехай α – обсяг наявних у власника запасів деякої однорідної сільськогосподарської продукції, T – тривалість планового періоду, x_t– обсяг продукції, що реалізується в момент часу t.

Календарний план реалізації продукції визначатиметься розв'язуванням наступної задачі лінійного програмування:

- загальний доход від реалізації запасів сільськогосподарської продукції

$$z(x) = \sum_{t=1}^{T} (p_t - c_t) x_t \to \max, \tag{1}$$

- умови, що гарантують повну реалізацію наявних у власника запасів деякої однорідної сільськогосподарської продукції

$$\begin{cases} \sum_{t=1}^{T} x_t = a, \\ x_t \geq 0, t = \overline{1,T}, \end{cases} \tag{2}$$

де p_t – ціна реалізації одиниці продукції в момент часу t,

c_t – витрати, пов'язані із зберіганням одиниці продукції до моменту часу t ($t = \overline{1,T}$).

Задача (1)-(2) є задачею лінійного програмування, для пошуку її розв'язку можна використати програму Поиск решения пакету *Excel*.

Прогнозування ринкових цін на сільськогосподарську продукцію можна здійснювати за допомогою методів екстраполяції. При цьому передбачається, що прогнозований показник формується під впливом великої кількості факторів, виділити які або неможливо, або за якими відсутня інформація. У цьому випадку зміну показника зв'язують не з факторами, а з часом.

Представимо ціни на сільськогосподарську продукцію у вигляді динамічного ряду $\{p_t\}$, кожен член якого може бути представлений у наступному вигляді:

$$p_t = \hat{p}_t + e_t \tag{3}$$

де

$$\hat{p}_t = u_t + v_t \tag{4}$$

де u_t – тренд динамічного ряду, регулярна компонента, що характеризує загальну тенденцію;

v_t – циклічна компонента;

e_t – випадкова компонента, що складається під впливом різних (як правило, невідомих) причин.

Для визначення регулярної компоненти існують наступні відомі методи: згладжування по двох точках, по ковзної середній і ін., аналітичні методи вирівнювання із застосуванням математичних функцій і комбінований спосіб, що поєднує методи згладжування й аналітичного вирівнювання. Для визначення суми циклічної і випадкової компонент розраховується різниця:

$$v_t + e_t = p_t - u_t \ , \tag{5}$$

з якої визначається циклічна компонента v_t за допомогою спектрального аналізу.

Після визначення u_t, v_t формулу (4) можна застосовувати для прогнозування.

ОСОБЛИВОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ ТРАЄКТОРІЇ НАВЧАННЯ

Сергієнко В.А., ст. викладач

Індивідуальний освітній маршрут визначається вченими як цілеспрямовано проектована диференційована освітня програма, що забезпечує тих, які навчаються позиції суб'єкта вибору, розробки і реалізації освітньої програми при здійсненні викладачами педагогічної підтримки його самовизначення і самореалізації.

Індивідуальний освітній маршрут визначається освітніми потребами, індивідуальними здібностями і можливостями тих, які навчаються (рівень готовності до освоєння програми), а також існуючими стандартами змісту освіти.

Поряд із поняттям «індивідуальний освітній маршрут» існує поняття «індивідуальна траєкторія навчання», що має ширше значенням і що припускає декілька напрямів реалізацій:

- Змістовний - варіативні навчальні плани і освітні програми, що визначають індивідуальний освітній маршрут.
- Дієвий - спеціальні педагогічні технології.
- Процесуальний - організаційний аспект.

Цінність індивідуально-освітньої траєкторії того, хто навчається в тому, що вона дозволяє на основі оперативної регульованої самооцінки, активного прагнення до вдосконалення власних знань і умінь, поповнити знання при проектуванні своєї навчальної діяльності з метою підбору методів і техніки самостійної роботи в різних формах навчально-пізнавальної діяльності. При цьому дуже важливо, щоб у кожного того, хто навчається було сформульовано особово-орієнтоване завдання по проектуванню індивідуально-освітньої траєкторії, що сприяє підвищенню особистого освітнього зростання того, хто навчається.

Індивідуальна освітня траєкторія являє собою цілеспрямовану освітню програму, що забезпечує тому, хто навчається позиції суб'єкта вибору, розробки, реалізації освітнього стандарту при здійсненні тим, хто навчає педагогічної підтримки, самовизначення і самореалізації.

Необхідність розгляду процесу побудови індивідуально-освітньої траєкторії того, хто навчається, що спирається на ці ідеї, пов'язана з тим, що вони створюють умови для самовираження особи при обов'язковому досягненні поставлених цілей навчання.

Індивідуально-освітня траєкторія адекватна особово-орієнтованому освітньому процесу, але в той же час, не тотожна йому, оскільки має специфічні особливості:

- вона спеціально розробляється для конкретного того, хто навчається як його індивідуальна освітня програма;
- у стадії розробки індивідуальної освітньої траєкторії той, хто навчається виступає:

1) як суб'єкт вибору диференційованої освіти, пропонованої освітньою установою;

2) як «неформальний замовник», «пред'являючи» (при стартовому діагностуванні), тому хто проектує для нього освітню програму - індивідуальну траєкторію, свої освітні потреби, пізнавальні і інші індивідуальні особливості;

- на стадії реалізації той, хто навчається виступає як суб'єкт здійснення освіти;

В цьому випадку особистісно орієнтований освітній процес реалізується як індивідуальна освітня траєкторія за умови використання функціональних можливостей педагогічної підтримки. Зміст індивідуально-освітньої траєкторії визначається освітніми потребами, індивідуальними здібностями і можливостями того, хто навчається (рівнем готовності до освоєння програми), змістом програми.

В результаті виникли об'єктивні передумови для вибору тих, які навчаються індивідуально-освітніх траєкторій, які б найповніше відповідали їх особистим потребам. Проте ті, хто навчається зазнають істотніх труднощів у виборі освітньої траєкторії і далеко не завжди відчувають себе відповідальними за зроблений вибір, за своє особистісне зростання.

Можливість індивідуальної траєкторії освіти того, хто навчається припускає, що при вивченні теми він може, наприклад, вибрати один з наступних підходів: базисне або логічне пізнання, поглиблене або енциклопедичне вивчення, вибіркове або розширене засвоєння теми. Збереження логіки навчальної дисципліни, його структури і змістовних основ досягатиметься за допомогою фіксованого об'єму фундаментальних освітніх об'єктів і пов'язаних з ними проблем, які разом з індивідуальною траєкторією навчання забезпечать досягнення тих, які навчаються нормативного освітнього рівня.

Для цього надаються тим, які навчаються багатоваріантні навчальні завдання (по ступеню складності і способу виконання), щоб вони мали можливість вибору, а отже самовизначення. Вони визначають найцікавіше для них завдання, відбирають найважче і найскладніше завдання, визначають за допомогою кого з людей, що оточують його, йому буде нескладно виконати завдання, а також вибрати необхідні матеріали, ТЗН, довідники, книги, таблиці. Той, хто навчає стежить за тим, щоб ті, хто навчаються не вибирали постійно однотипні завдання. Таким чином, кожен із тих, які навчаються переробляють одну і ту ж інформацію, але вирішують завдання власним шляхом залежно від того, який стиль навчання йому властивий.

ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМАТИЗОВАНОГО МОНІТОРИНГУ ДЛЯ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АГЕНТ-МЕНЕДЖЕРІВ

В'юненко О.Б., к.е.н., доцент

Система доведення інформації, що донедавна діяла в сільськогосподарському секторі економіки, не передбачала і не здійснювала прямих контактів із сільськогосподарським товаровиробником. Загалом система передачі знань будувалася і організаційно діяла не на професійній основі і була прерогативою інформаційних та науково-дослідних інститутів, що несли більше моральну, ніж матеріальну відповідальність за результати використання власних розробок. Разом з тим значна кількість розробок виконувалося і виконується на рівні світових досягнень, а деколи і перевершує їх. Потенціал їх не вичерпаний і в ринкових умовах дозволяє значно підвищити ефективність виробництва. Для того, щоб нові технології дійшли до товаровиробників необхідні значні перетворення методології інформаційного та консультаційного обслуговування галузі. Послуги з впровадження наукових знань з економіки і управління і являють собою основи консультаційного обслуговування, тобто це професійна служба, яка сприяє товаровиробникам в аналізі та вирішенні поставлених перед їхніми організаціями практичних завдань, а також допомагає освоювати і творчо застосовувати чужий досвід. Управлінське консультування забезпечує великий внесок у більш якісну підготовку керівників підприємств. Важливим фактором є те, що кожен консультант прагне постійно підвищувати в процесі роботи власну кваліфікацію. Управлінське консультування здійснюється різними способами, що відображають різноманітність умов ділової активності та управління, в рамках яких і діє консультант, включаючи різницю в особистих якостях клієнтів та консультантів і безліч концептуальних підходів та методів впливу на ринкові процеси, що пропонуються консультантами. Інформаційно-консультаційні служби надають послуги з організації та ведення підприємницької діяльності, здійснення маркетингових досліджень, розробки маркетингових програм, вивчення ринку. Сьогодні під консультаційними послугами розуміють уже такий вид інтелектуальних послуг, який пов'язаний з вирішенням складних проблем підприємства у сфері управління та організаційного розвитку. Необхідною для ринку стала і професія консультанта з управління і розвитку підприємства. З одного боку - це широкий комплекс консультаційних та практичних послуг, з іншого - послуги в управлінні та організації бізнесу. У практиці мають місце зовнішні і внутрішні консультанти. Перші - незалежні консультаційні фірми чи окремі консультанти, які надають послуги клієнтам на договірній основі. Другі - фахівці з економіки і управління, які зайняті в штаті деякої організації. До переваг консультантів можна віднести наступні: 1) незалежність і неупередженість; 2) широкий кругозір, володіння великою інформацією у різних областях менеджменту і господарювання, що зумовлено меншою завантаженістю проблемами поточного управління; 3) орієнтація на вивчення і використання досвіду інших організацій.

Консультаційні послуги найчастіше здійснюються у формі проектів, в рамках яких виділяються - діагностика (виявлення проблем); розробка рішень; впровадження пропозицій консультантів. Для їх реалізації пропонується застосувати інтелектуальний агент-менеджер, який використовує найпотужніші інтелектуальні ресурси на сьогоднішній день - людей. Цей агент шляхом взаємодії з користувачами мережі Internet зацікавлює потрібних фахівців і домагається вирішення поставленого завдання, записаного на природній мові. Для отримання необхідного результату (рішення поставленої задачі) агенту-менеджеру необхідно вирішити наступні завдання: 1) проаналізувати умови завдання і при необхідності розділити вихідну задачу на декілька більш простих (наприклад, у випадку, якщо рішення задачі вимагає знань декількох фахівців з різних областей); 2) здійснити пошук фахівців, здатних вирішити спеціалізовані завдання, отримані в результаті виконання попереднього пункту; 3) зацікавити знайдених фахівців у вирішенні запропонованого завдання; 4) отримати від фахівців вирішення запропонованих завдань; 5) з'єднати отримані рішення воєдино так, щоб на виході було рішення вихідної задачі. Також до основних функцій агента-менеджера можна віднести: 1) пошук і здійснення зв'язку з користувачами мережі Internet, наприклад, за допомогою таких засобів комунікації - Skype, ICQ, email, форуми; 2) здійснення спілкування на природній мові співрозмовника; 3) отримання такої інформації про консультантів, як вік, стать, мова спілкування, професія, інтереси, цілі спілкування і проблеми; 4) формування бази даних консультантів; 5) здійснення відбору та залучення консультантів для вирішення поставленого завдання, з урахуванням взаємних інтересів; 6) здійснення контролю виконання завдання.

Запропонований підхід до автоматизації моніторингу для аграрних дорадчих служб у вирішенні подібних інтелектуальних завдань, записаних на природній мові, може бути реалізовано за допомогою агента-менеджера, що керує інтелектуальною системою до складу якої і входять консультанти. На сьогоднішній день вже існують програми для аналізу текстів (KWIC-аналіз або вилучення інформації) які призначені для роботи з природною мовою або неструктурованими даними, але існуючі інформаційні системи не можуть достатньо якісно виконувати логічні операції на основі текстових даних.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЄДИНОЇ АРХІТЕКТУРИ ДОДАТКІВ ЕЛЕКТРОННОГО МОНІТОРИНГУ РЕГІОНУ

В'юненко О.Б., к.е.н., доцент
Зоренко О.І., асистент

Сучасна архітектура додатків (applications architecture) регіонального електронного моніторингу (РЕМ)має бути універсальною для всіх рівнів, як регіональних так і місцевих, а також не залежить від географічної і організаційно-функціональної архітектури реалізації РЕМ. Основна ідея полягає в заміні існуючих різнорідних державних інформаційних систем і ресурсів, новими системами, що використовують ієрархічну модель сервісів. Цілями проектування і реалізації архітектури додатків РЕМ є зниження загальної вартість державних інформаційних систем і ресурсів, забезпечення їх узгодженого розвитку в умовах ринкових змін, а також підвищення ефективності електронної взаємодії державних і комерційних організацій. Надійне і безперервне функціонування усіх елементів РЕМ є істотним обмеженням для роботи таких систем. При проектуванні і розробці архітектури можна виділити найбільш істотні чинники, що визначають вимоги до ефективної архітектури додатків - технічні драйвери і бізнес-драйвери. Технічні драйвери: технологія сервісних об'єктів (SOA); технологія розподілених додатків(CORBA/COM); зростання продуктивності баз даних (БД);зростання продуктивності серверів;розвиток інфраструктури телекомунікацій (швидкі і надійні канали зв'язку);зростання технічної складності інтеграції програм. Бізнес драйвери: потреба в наданні інформації адміністрації і бізнесу в режимі реального часу;потреба в єдиній несуперечливій інформації в державних інформаційних ресурсах;потреба в оптимізації витрат на створення і експлуатацію інфраструктури РЕМ; потреба у створенні єдиної екосистеми електронної взаємодії бізнесу і держави;низький рівень використання можливостей РЕМ серед громадян. Держава є одним з постачальників інформації, як для власних потреб, так і для бізнесу. Розрізненість і неповнота державних інформаційних систем не дозволяють використовувати повною мірою їх можливості, наявність інформаційної неузгодженості в різних інформаційних системах (базах даних) ускладнює ухвалення обґрунтованих рішень і стає значущою перешкодою при здійсненні реформ. Розвиток сервісно-орієнтованої архітектури і розподілених застосувань дозволяє перейти від архітектури монолітних інформаційних систем до розподілених систем взаємодіючих сервісів, а розвиток технічної інфраструктури забезпечує можливість централізації сервісів і баз даних. В той же час специфіка розвитку РЕМ робить еволюційний розвиток неефективним з наступних причин: 1) більшість споживачів не підготовлено до використання результатів РЕМ, не мають відповідних технічних можливостей і необхідних знань; 2) бізнес сьогодні найбільш підготовлений доелектронної взаємодії, але існує потреба з боку бізнесу в підвищення ефективності інформаційної взаємодії з державою; 3) існує проблема електронної взаємодії різних відомчих систем, їх інтеграція для обміну даними. Отже, при виборі пріоритетного напряму розвитку РЕМ обумовленого обмеженістю матеріальних і управлінських ресурсів, необхідно робити акцент на електронній взаємодії держави і бізнесу. Реалізація електронної взаємодії між державою і бізнесом стане каталізатором впровадження систем електронної взаємодії між учасниками ринкових стосунків. Аналіз практики впровадження інформаційних систем показує, що основні проблеми проявляються при інтеграції додатків. Складність інтеграції, висока вартість, складність внесення змін зумовили мету мінімізації кількості інтерфейсів при розробці архітектури додатків РЕМ. За відсутності єдиного проекту реформування державних інформаційних систем, архітектура додатків представляє сукупність інформаційних систем міністерств, відомств і регіональних органів влади, розроблених з використанням різних технологій, яка характеризується є високою вартістю експлуатації, ще вищою вартістю інтеграції і складністю зміни. Ієрархічна архітектура дозволяє зменшити складність державних інформаційних систем і інтерфейсів між ними за рахунок виділення схожих функцій і їх реалізації у вигляді сервісів. Перспективна архітектура РЕМ реалізується за допомогою сервісів, які мають п'ять рівнів. 1. *Базові сервіси*: авторизація, вилучення інформації з державних реєстрів, доступ до нормативної інформації. Наприклад, забезпечення доступу до реєстру об'єктів нерухомості, до різноманітних довідників і класифікаторів, таким як, географічні довідники, класифікатори продукції, послуг, видів діяльності, тарифи і нормативи. Основними функціями цих сервісів є внесення доповнень і змін до довідників і реєстрів, а так само пошук і вилучення даних. 2. *Транзакційні сервіси*, що використовують базові сервіси, які реалізовують логіку на рівні бізнес-транзакцій. Наприклад, здача фінансової звітності підприємств, реєстрація купівлі-продажу нерухомості. 3. *Процесні сервіси* – сервіси, що забезпечують інтеграцію логіки, даних і механізмів забезпечення безпеки. Прикладом інтеграційного сервісу може бути сервіс, що забезпечує участь в тендері на виконання державного замовлення. 4. *Сервіси-агенти* - інтелектуальні агенти, що забезпечують підтримку цілісності даних і здійснюють перевірку поточних транзакцій, наприклад, у сфері державних закупівель. 5. *Сервіси додатків* - сервіси, що забезпечують роботу кінцевих користувачів: чиновників державних установ, громадян, співробітників комерційних організацій. Їх відмінністю є наявність призначеного для користувача інтерфейсу.

РЕАЛІЗАЦІЯ КОМПОНЕНТІВ АРМ МЕНЕДЖЕРА НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Курило А.О., ст. викладач

Низький рівень технічної і науково-методичної оснащеності служб менеджменту не дає змоги здійснити ефективне управління підприємством. Необхідні розробка і впровадження сучасних засобів та елементів управління і, насамперед, систем збирання, обробки та використання інформації. Ефективність роботи менеджера визначається його рішеннями,а якість прийнятих рішень залежить від своєчасності, достовірності й точності інформації про рух сільськогосподарської продукції. Надходження цієї інформації можливе за умови впровадження наукових методів управління і сучасних засобів комп'ютерної техніки, інформаційних систем та автоматизованих робочих місць фахівців (АРМ). АРМ дає змогу менеджеру, застосовуючи свої професійні знання та реалізовані в АРМ економіко-математичні моделі, аналізувати наявну інформацію і визначати прогнозування попиту на с/г продукцію.

Об'єктом дослідження є автоматизація управління складними організаційно-економічними процесами. Предметом дослідження є компоненти АРМ менеджера та їх реалізація на сільськогосподарському підприємстві. Мета дослідження полягає в розробленні підходів до створення АРМ менеджера, який давав би змогу модернізувати та розвивати застосовувані в ньому моделі, зокрема трендові моделі, для прогнозування попиту населення на сільськогосподарську продукцію переробного підприємства.

Аналіз наукових та методичних джерел з питання, що досліджується, дозволив обґрунтувати доцільність огляду компонентів АРМ менеджера, а також виявив недостатню інформативність висвітлення відбору тих критеріїв, що дадуть змогу оптимально реалізувати АРМ менеджера на підприємстві. В процесі дослідження виявлено необхідність створення АРМ менеджера сільськогосподарського виробництва, проведено розробку методики організації та формування інформаційного забезпечення АРМ, обґрунтовано вибір програмних засобів для реалізації АРМ. Проведення подальшого дослідження потребує логічного завершення проведеної науково-дослідної роботи реалізацією (впровадженням) окремих компонентів АРМ менеджера на базі сільськогосподарського переробного підприємства.

Задачі дослідження:

- виявити сукупність програмних засобів для реалізації АРМ менеджера сільськогосподарського виробництва;
- сформулювати критерії вибору програмних засобів для реалізації АРМ менеджера сільськогосподарського виробництва;
- обґрунтувати доцільність використання програми СУБД Access з ППП Microsoft Office для реалізації АРМ менеджера сільськогосподарського виробництва.

Автоматизовані робочі місця, що створені на базі персональних комп'ютерів, – найпростіший та найпоширеніший варіант автоматизованого робочого місця для працівників сфери організаційної структури управління. Таке автоматизоване робоче місце розглядається як система, що в інтерактивному режимі роботи надає конкретному працівнику (користувачеві) всі види забезпечення на весь сеанс роботи. В цьому випадку весь виділений інформаційний фонд знаходиться в монопольному володінні користувача. Користувач сам виконує всі функціональні обов'язки по перетворенню інформації. *Переваги застосування автоматизованих робочих місць* на базі персональних комп'ютерів: 1) простота, зручність роботи і дружній інтерфейс комп'ютерів по відношенню до користувача; 2) простота адаптації до конкретних функцій користувача; 3) компактність розміщення і невисокі вимоги до умов експлуатації; 4) висока надійність та живучість; 5) порівняно проста організація технічного обслуговування. АРМ менеджера є складною розгалуженою системою і не може бути повністю описаним в цій роботі, тому обмежимося аналізом однієї з його підсистем – підсистемою закупівель продукції. Для розрахунку закупівлі продукції в певному обсязі та асортиментній структурі менеджер використовує базу даних Access, моделі та методи АРМ менеджера. Для розв'язку цієї задачі АРМ менеджера надає користувачам такі моделі: кореляційно-регресивний аналіз; трендові моделі; авторегресійний аналіз; експоненційне згладжування; коефіцієнт еластичності. Першою і найголовнішою задачею менеджера із закупівель продукції є задача прогнозування попиту населення на продукцію переробки сільськогосподарської сировини. До найбільш універсальних та гнучких моделей прогнозування належать трендові моделі, оскільки вони залежать лише від часу і не залежать від факторів попиту. MS Access надає середовище для ведення бази даних та засоби мови *VBA* для доступу до бази даних та для побудови математичних моделей прогнозування. АРМ менеджера в наведеній концепції може слугувати ефективним інструментом дослідження попиту населення на продукцію переробного сільськогосподарського підприємства. Результати роботи нададуть змогу обґрунтовано обирати програмні засоби для реалізації АРМ менеджера сільськогосподарського підприємства. Вихідні результати програми цілком задовольняють потреби менеджера, підвищують ефективність і швидкість його праці.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ КОНТРОЛЮ В ОРГАНАХ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ

Антонченко М.О., к.пед.н., доцент

Функція контролю являє собою одну з основоположних функцій менеджменту будь якої організації, підприємства чи установи.

Сутність контролю полягає в спостереженні за відповідністю фактичний стану справ підконтрольного об‘єкта з наміченими цілями та встановленими стандартами.

В органах виконавчої влади контроль виступає засобом коригування управлінських рішень з урахуванням оперативної інформації, зібраної у процесі контролю.

Оперативна інформація поступає до державних адміністрацій з підпорядкованих територій за допомогою паперового та електронного документообігу.

Об’єкт дослідження: автоматизація документообігу.

Предмет дослідження: функція контролю в органах державних адміністрацій.

Мета дослідження: виявити шляхи вдосконалення контролю за рахунок застосування електронного документообігу.

Основні проблеми здійснення контролю при застосування отриманих даних, полягають в тому, щоби уникнути роздрібнення і дублювання інформації, знайти оптимальні варіанти розподілу контрольної діяльності між органами з урахуванням конкретного призначення кожного з них і потреб практики. Ці проблеми значною мірою дозволяє вирішити електронний документообіг.

Нами запропонована інтегрована електронної система «Контроль» (яка розроблена на базі макросів MS Excel) яка дозволяє автоматизувати збір інформації шляхом застосування електронного документообігу в управлінської діяльності. Вона дозволяє здійснювати функцію контролю в органах державних адміністрацій за допомогою комп’ютерних мереж, аналізу поточних та підсумкових даних та їх захисту.

Електронна система «Контроль» вирішує такі головні задачі:

- автоматизація роботи спеціалістів за визначеним регламентом обробки документів, пошук та відбір необхідної інформації, розсилка опрацьованих документів для подальшої обробки;
- обмін документами між вузлами ІІАС, уніфікація технологічних процедур проходження, передачі та опрацювання документів, збирання, реєстрація, накопичення, обробка та аналіз інформації, що надходить до кожного з вузлів, забезпечення постійного зв’язку та обміну інформацією між вузлами;
- автоматизація функцій контролю на основі повідомлень спеціалістів про надходження документів для обробки, про закінчення нормативних строків обробки, синхронізація робіт спеціалістів;
- автоматизація контролю виконання документів на основі оперативного відображення поточного стану процесів діловодства, відхилень від планових строків, визначення нових термінів завершення робіт та “критичних шляхів” в маршрутних схемах тощо;
- автоматизація процесів реєстрації документів, заповнення кодованих реквізитів реєстраційних та контрольних карток з використанням класифікаторів і довідників, забезпечення механізмів анотованого опису документів та збору резолюцій, доставка звітів про виконання доручень;
- автоматизація збирання даних про результати виконання технологічних процесів та формування на їх основі аналітичних і статистичних звітів та довідок щодо документообігу та контролю за виконанням документів, формування довільних аналітичних довідок;
- розсилка, зберігання та використання вхідних, вихідних і внутрішніх документів за єдиною нумерацією з початку року;
- відправлення, приймання та опрацювання електронної пошти;
- оперативний пошук інформації про вхідні, вихідні та внутрішньо-розпорядчі документи за комбінацією умов з будь-яких реквізитів реєстраційних карток або за контекстом документа;
- наскрізний контроль (група контролю, керівник установи, безпосередній виконавець) за проходженням і виконанням документів;
- ведення, системи класифікаторів та довідників;
- постійне оновлення та адміністрування головної бази даних, забезпечення достовірності, можливість оперативного доступу та збереження інформаційного фонду;
- забезпечення надійного зберігання всіх версій документів та інших інформаційних об’єктів, максимально зручна систематизація сховища документів згідно із вимогами пілот-проекту ІІАС;
- організація служб копіювання-відновлення інформації, що зберігається, забезпечення її захисту від несанкціонованого доступу;
- формалізація технологічних процесів обробки інформації, визначення типових маршрутних технологічних схем для їх виконання;

Таким чином в нашому дослідженні було запропонований ефективний засіб вдосконалення функції контролю в органах виконавчої влади (інтегрована електронної система «Контроль») та визначені основні задачі, що він вирішує.

ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТА ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Дутченко О.М., к.е.н., ДВНЗ „УАБС НБУ", м. Суми, Україна
Рубан М.М., Сумський національний аграрний університет, м.Суми, Україна

Ефективний розвиток сільського господарства у відповідності з сучасними ринковими принципами є невід'ємною умовою економічного зростання в державі.

Складна ситуація на селі та в аграрному секторі національної економіки викликана насамперед: безсистемністю та некомплексністю розв'язання завдань аграрної реформи; відсутністю зваженої державної політики розвитку села та механізмів її реалізації; відсутністю послідовної державної політики щодо підтримки паритету цін; високим монопольним тиском постачальників матеріально-технічних ресурсів на сільськогосподарських товаровиробників та відсутністю адекватного антимонопольного захисту; вкрай слабкою інфраструктурою аграрного ринку; недостатнім сприянням експорту сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів.

Особливе місце серед сільськогосподарських підприємств закордонних країн займають фермерські господарства, які домінують по чисельності в країнах Західної Європи та США і є найбільш оптимальною формою організації аграрного виробництва.

Однак, через специфіку діяльності сільгоспвиробники потребують субсидування з боку держави і постійного доступу до дешевих банківських позик, це пов'язане з об'єктивною обмеженістю фінансових ресурсів та сезонністю сільськогосподарського виробництва. Сільське господарство, і це доводить зарубіжний досвід, потребує держпідтримки через створення банками цільової дешевої бази кредитних ресурсів для кредитування агропромислового комплексу.

На сучасному етапі розвитку банківського кредитування актуальною є проблема оцінки кредитоспроможності підприємств з урахуванням галузевих особливостей їх діяльності. Тобто їх приналежності до певного виду економічної діяльності.

Проблема оцінки потенційних і фактичних позичальників, їх фінансового стану з точки зору здатності повернути суму боргу і відсотків була і залишається однією із найактуальніших проблем в діяльності банку.

Українські комерційні банки розглядають агропромисловий комплекс як перспективний напрям кредитування. Інтерес з боку комерційних банків (КБ) до АПК пояснюється цілим рядом факторів.

По-перше, АПК є однією з провідних галузей української економіки, тому ігнорувати цей сектор, це значить підривати свої конкурентні позиції.

По-друге, конкуренція на ринку банківських послуг дуже висока, так великі платоспроможні клієнти вже давно визначилися з вибором банку, відповідно у банкірів виникає необхідність в пошуку і захопленні нових сегментів ринку.

По-третє, ріст професіоналізму банківських працівників дозволяє їм більш ефективно працювати з сільгоспвиробниками, з огляду на специфіку їхньої діяльності.

Найбільшою проблемою, яка перешкоджає банківському кредитуванню сільгоспвиробників, залишається відсутність гарантій і відповідної застави по кредитах.

Управління й оцінка кредитних ризиків ускладнені тим, що, наприклад, фермерські господарства взагалі не мають можливості запропонувати КБ ліквідної застави. Не є винятком ситуація, коли окрім землі фермеру більше немає чого запропонувати банку, бо інше майно або дуже зношене, або орендоване.

Ситуація з великими сільгоспвиробниками дещо краще. Окрім земельних ресурсів вони як правило володіють великою кількістю активів, які можуть бути використані в якості застави.

Збільшити фінансування сільського господарства можна було б і через надання місцевими органами влади гарантій повернення кредитів або створення спеціалізованого державного фонду, який би надавав такі гарантії.

Також заслуговує на увагу ідея лібералізації лізингового законодавства. Комерційні банки змогли б створювати дочірні компанії, спеціалізовані на лізинговій діяльності. Лізинг є одним з найефективніших шляхів оновлення виробничих фондів в умовах обмеженої кредитоспроможності позичальника.

Також не слід забувати і про механізм компенсації процентної ставки сільгоспвиробникам по банківським кредитам. Цей варіант державної підтримки вже довів свою ефективність. І за умови повноцінного фінансування він суттєво здешевлює вартість позик для сільськогосподарських підприємств.

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Смоляров Ю А., ст. викладач

Кожне підприємство прагне до підвищення ефективності своєї діяльності. Сучасні умови змушують виробників забезпечувати господарські процеси новітніми технологіями для підтримання конкурентноздатності, ефективності виробництва, його прийнятного рівня рентабельності та беззбитковості.

Проблеми інформаційного обслуговування аграрної галузі в Україні було відмічено в роботах багатьох вчених. Практика показує, що функціонування існуючої системи управління базується головним чином на застарілих паперових технологіях збору, систематизації, обробки і розповсюдження інформації, що не забезпечує оперативності і не знижує трудомістким, Так відмічається нестача ринкової і науково-технічної інформації виробничого призначення, не здійснюється обмін інформацією з зовнішнім середовищем як виробничою, так і загальногалузевою та науково-технічною. Це зумовлено багатьма факторами: фінансова неспроможність впроваджувати сучасні засоби автоматизації управлінської праці, неготовність та недовіра керівників до новітніх технологій управління, невідповідність кваліфікації працівників сучасним вимогам організації виробництва За останній час для рішення задач інформаційного забезпечення управління на підприємствах використовуються різноманітні підходи - від створення інформаційних систем до застосування Інтернет технологій. Цікавим підходом є застосування моделі SaaS (Software as a Service), яка передбачує «оренду» програмного забезпечення, які надає обслуговуюча фірма на основі мережених технології і його використання для автоматизації системи управління безпосередньо на сільськогосподарських підприємств. Застосування програмного забезпечення по моделі SaaS для рішення задач інформаційного забезпечення управління сільськогосподарських підприємств в порівнянні з локальним офісним ліцензійним програмним забезпеченням має наступні переваги: немає необхідності в установці і підтримці клієнтського програмного забезпечення; найшвидші строки впровадження – часи або навіть хвилини для типових рішень, навіть настройка під складні процеси разом міграцією даних можуть зайняти декілька тижнів порівняно з місяцями або навіть роками при традиційному підході; можливість протестувати ПЗ перед прийняттям рішення щодо покупки та платити за ті програмні засоби, що використовуються споживачем; надійність та захищеність системи порівняно з внутрішньо-офісними системами; більш високій рівень відповідальності постачальника перед споживачем порівняно з традиційними способами впровадження ПЗ; своєчасність оновлення інформаційної системи до повної відповідності необхідним вимогам з мінімальними витратами для споживача та постачальника; постачальник має можливість робити це одночасно для типового ПЗ, що вимагає мінімальних витрат порівняно з традиційними способами; мобільність та глобальна доступність. Можливість для працівників та керівників працювати з системою всюди, де є доступ до глобальної мережі Інтернет; сучасні концептуальні вимоги до розподілу праці змушують виробників зосереджуватись на своїх основних функціях для здійснення економічно ефективної діяльності; відсутність в потребі мати в штаті або залучати фахівців з інформаційних технологій – вся робота з системою потребує базових знань роботи з ЕОМ, адміністрування здійснюється постачальником; помилки та збої системи корегуються оперативно, в силу повного контролю над ПЗ з боку постачальника; при використанні сервісу SaaS-додатку, основною задачею постачальника послуги є задоволення клієнта сервісом, результатом чого є регулярне оновлення, створення нових послуг та можливостей; SaaS не потребує значних витрат на основні засоби, окрім робочих станцій, не потребує витрат на необоротні активи, а також витрати на оплату праці фахівців з інформаційних технологій. Це дає змогу вивільнити частину коштів, щодо зазначених витрат, а також амортизаційних відрахувань та направити їх у інвестиційну та виробничу діяльність. Останній аргумент є найбільш вагомим в вищенаведеному списку, так як відображає основні вимоги економічної ефективності використання засобу, за рахунок незначних витрат в порівнянням з витратами впровадженням інформаційної системи в традиційному розумінні.

Основні недоліки моделі SaaS: постійний високошвидкісний доступ до мережі Інтернет, що є і зараз недоступним в віддалених від обласного та районних центрів Сумської області; низька вартість послуги лише за умови великої кількості користувачів типових ПЗ, за низької кількості споживачів – надання послуги може припинитись; низька чисельність рішень щодо сільськогосподарського сектору.

Таким чином, використання програмного забезпечення як сервісу є ефективним та таким, що дає змогу підприємству знизити свої витрати та направити кошти в інші напрямки розвитку. Щодо вирішення проблем пов'язаних з недоліками, то телекомунікаційні засоби розвиваються досить стрімко – в багатьох віддалених районах є можливість використовувати мобільний широкосмуговий Інтернет, але ці послуги є все ще дорогими. Щодо масовості використання сервісу, то ця задача повинна лягти на постачальника послуг та інноваційні і консультаційні центри.

ОПТИМАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Виганяйло С.М., асистент

Будь-яке підприємство прагне в процесі своєї виробничо-господарської діяльності не тільки уникнути ризику збитковості результатів і банкрутства, але і мати можливість постійно діставати прибуток, забезпечити стабільність і надійність функціонування. При цьому підприємство не повинне розраховувати на позитивну випадковість. Йому необхідно постійно стежити за тим, щоб не вийти на самі гірші значення параметрів, всіляко уникати ризикованих дій, контролювати власну поведінку.

Багато чого залежить від того, які планово-управлінські рішення фірма приймає, і як потім вони реалізуються. Маючи інформацію про стан ринку в базовому періоді, інформацію про діяльність фірми в минулому, провівши необхідні маркетингові дослідження і зробивши об'єктивний прогноз кон'юнктури ринку на плановий період, фірма може оптимізувати свою діяльність у майбутньому. У цьому і є завдання управління підприємством на стадії вироблення й ухвалення планово-управлінського рішення.

Але на цій стадії оптимізаційний прогноз може виявитися для фірми несприятливим. Тому треба вміти його виправити, створити умови переходу до такого планового рішення, при якому підприємство здатне домогтися успіху.

Якщо перейти на параметричний рівень, то можна чітко сформулювати основні напрямки управлінських рішень для забезпечення рентабельного ведення господарства: управління витратами; управління доходами споживачів продукції; управління поводженням конкурентів; управління нормативними параметрами еластичності попиту товару; управління якістю продукції, що випускається; управління часткою ринку при продажу товарів; управління оперативним регулюванням виробництва; управління інформаційним забезпеченням виробництва.

Найбільше розповсюдження для оптимізації управлінських рішень в області економіки і фінансів знайшли економіко-математичні методи моделювання.

Оптимізація бізнес-плану може здійснюватись за різними критеріями: максимізація прибутку досягається до якогось періоду, або накопичений прибуток за ряд інтервалів планування; максимізація сальдо потоку коштів, накопиченого на розрахунковому рахунку підприємства; економічна ефективність, що розраховується з використанням дисконтування; показники рентабельності і прибутковості. В якості обмеження можуть виступати такі параметри, як обсяг продаж, обсяг залучених позикових коштів, терміни кредитування, показники ліквідності і фінансової стійкості.

Для оптимізації управлінських рішень встановлюються критерії порівняння варіантів рішення у виді компоненту прибутку або її сукупності, ефективності використання різних ресурсів і т.д. Конкретними критеріями для нашої моделі можуть бути: максимізація корисного ефекту при обмеженні сукупності витрат; мінімізація собівартості товару зі збільшенням прибутку при постійній ринковій ніші; ріст продуктивності праці, поліпшення використання устаткування матеріальних засобів.

У задачі максимізації доходів, отриманих підприємством за період планування, найбільш часто критерієм оптимізації є чистий дисконтований доход з додатковими обмеженнями: використання для оптимізації тільки керуючих параметрів; забезпечення в кожному періоді додатніх потоків коштів з наростаючим підсумком; дотримання ліквідності підприємства в кожному періоді; повного погашення заборгованості по кредитах не пізніше останнього періоду.

Оптимізація управлінських рішень полягає у виборі керуючих параметрів, що забезпечують найкращий стан системи, її рух до мети по оптимальній траєкторії. Рішення, при якому досягається оптимальне рішення, зв'язане з розвитком виробництва, можна знайти двома методами.

Перший метод - покроковий дискретний розрахунок з використанням заздалегідь підготовленої інформації для різних обсягів виробництва і реалізації продукції. Достоїнством цього методу є універсальність, а недоліком – об'ємність розрахунків, що різко збільшуються зі зменшенням кроку дискретизації.

Другий метод визначення оптимального рішення полягає в тому, щоб виразити наш цільовий критерій у вигляді функції, що буде залежати від усіх діючих параметрів. Якщо потім взяти першу похідну цієї функції і порівняти її з нулем, то, розв'язавши отримане рівняння, можна визначити оптимальне значення параметра. Складність застосування цього методу виявляється при необхідності оптимізації функції по декількох параметрах. Послідовна оптимізація по кожному з параметрів зовсім не гарантує одержання оптимального рішення для системи в цілому.

Для дослідження враховуються найважливіші параметри, що характеризують модельовану систему. Вони складають каркас економіко-математичної моделі і підрозділяються на два види: що описують поводження системи, і керуючі. *Параметри, що описують поводження системи,* можуть розглядатись як незмінні для даного проекту, що задаються умовами зовнішнього середовища (наприклад, попит споживачів, вартості споживаних ресурсів, податкове оточення). *Керуючі параметри* - це показники, свідома зміна яких дозволяє активно впливати на модель, змінювати хід і напрямок економічних процесів. Можливо задавати обсяг виробництва, витрати на маркетинг і фінансування наукових досліджень, суми позикових засобів, показники оборотного капіталу.

ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА

Виганяйло С.М., асистент
Виганяйло І.В., студ. 3 курсу БТФ

Актуальність теми. Загальносистемна криза в економіці України призвела до різкого зниження виробництва сільськогосподарської продукції, включаючи птахівницьку. Птахівництво — скороспіла галузь, менш капіталомістка, більш мобільна в нестійких умовах ринку. Віддача корму у птиці в 3-4 рази вища, ніж у свиней, великої рогатої худоби та овець, і, як результат — собівартість м'яса птиці найнижча, що є найбільш сприятливим фактором підвищення попиту на цей продукт.

Тому нагальною потребою є відродження галузі на якісно новій основі за рахунок створення цілісних птахівницьких комплексів, що мають включати мінікомбікормові заводи, репродуктори, автоматизовані пташники, цехи забою, переробки та охолодження. Це вимагає нових підходів до системи стратегічного планування

В ситуації, що склалася в галузі птахівництва, особливо актуальним стає створення нових механізмів реального інвестування. Забезпечити динамічний розвиток можливо за допомогою вироблення оптимальної стратегії фінансування інвестиційних програм підприємств з урахування факторів ризику, що посилилися в зв'язку із загостренням епізоотичної ситуації на теренах країни.

При плануванні технологічного процесу виробництва м'яса курчат-бройлерів на птахофермі враховують такі показники: річний план виробництва м'яса, жива маса курчат при здачі на м'ясо, збереженість курчат, вивід курчат, вихід інкубаційних яєць, статеве навантаження, збереженість дорослих курей, тривалість яйцекладки, яйценосність, місткість одного пташника, тривалість вирощування.

Питання програм планування підприємств, як цілісних сукупностей проектів, розроблені недостатньо. Це свідчить про актуальність науково-методичного забезпечення розробки таких комплексних програм, що підсилюється необхідністю надання цим програмам стратегічного характеру, що дозволить забезпечити стійкість розвитку підприємств птахівницької галузі.

Мета і завдання дослідження полягали у теоретичному узагальненні та обґрунтуванні методологічних і практичних підходів, які є основою для розвитку економічного механізму функціонування і організації управління птахівництвом та розробці рекомендацій щодо забезпечення ефективного розвитку галузі в Україні. Для досягнення поставленої мети в дослідженні ставилися завдання: визначити сутність теоретичних і практичних основ розвитку птахівництва; узагальнити особливості розвитку вітчизняного птахівництва; визначити напрями підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках; розробити перспективи розвитку птахівництва; обґрунтувати найбільш раціональні організаційні напрями розвитку птахівництва; окреслити і сформулювати основні складові економічного механізму функціонування галузі птахівництва; опрацювати основні напрями підвищення ефективності птахівництва в сучасних умовах.

Стратегія реформування в птахівництві у сучасних умовах зосереджується на таких основних напрямах: зменшення витрат, підвищення продуктивності праці й ефективності виробництва, зниження енергоємності виробництва, посилення контролю за якістю продукції; модернізація або заміна обладнання. Розвиток птахівництва має здійснюватися за інтеграційною схемою, яка включає селекцію, кормовиробництво, товарне виробництво, торгівлю. Вибір найбільш прийнятних моделей агропромислових формувань залежить від вирішення питань економічної взаємовигідності на всіх ланках даної організаційної схеми.

Прогнозування і планування в системі управління в галузі сільського господарства, у тому числі в птахівництві, має постійно вдосконалюватися як на регіональному, так і підприємницькому рівнях. На регіональному рівні прогнози й індикативні плани розвитку аграрного сектора здійснюються в усіх сферах діяльності різних форм власності та господарювання на конкретній території (область, район, село). Розробляють їх економічні підрозділи державних адміністрацій разом із науково-дослідними установами за методикою Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України і Міністерства аграрної політики України. На підприємницькому рівні суб'єкти ринкової економіки (інституціональні одиниці) різних форм власності і господарювання самостійно розробляють довгострокові та середньострокові прогнози, щорічні плани й бізнес-плани, або за їх замовленням – наукові установи, консультативні організації або окремі розробники. В умовах ринкових відносин розробка планів підприємства має враховувати поєднання виробництва продукції рослинництва і тваринництва, їх переробку, реалізацію сировинної продукції і продуктів кінцевого споживання в галузях за певною структурою: сільськогосподарське виробництво; промислове виробництво; технічний рівень підприємств; використання трудових ресурсів; соціальний розвиток; фінансове забезпечення і його рівень; внутрішньогосподарські відносини.

ВИМОГИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОДУЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Зоренко О.І., асистент
В'юненко О.Б., к.е.н., доцент

В Національній доктрині розвитку освіти констатується: «Пріоритетом розвитку освіти є впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що забезпечують подальше удосконалення навчально-виховного процесу, доступність та ефективність освіти, підготовку молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві». Модульне навчання – це педагогічна технологія, яка передбачає перегляд змісту навчання, вибір форм, методів і засобів навчання, організацію самостійної роботи, діагностику й контроль рівня знань, умінь та навичок за модульним принципом. Модуль – це науково обґрунтований і логічно завершений фрагмент (одиниця) навчального матеріалу (розділу, теми), який відповідає конкретній дидактичній меті.

Класична схема інформаційного забезпечення модульної технології навчання передбачає наявність достатньої кількості паперових підручників та навчальних посібників в бібліотечному фонді університету та необхідні тиражі учбово-методичного забезпечення по дисциплінам на кафедрах. Як бібліотечний фонд, так і учбово-методичне забезпечення на кафедрах вимагають суттєвого щорічного поповнення і оновлення. Для ефективної наукової діяльності інформаційне забезпечення складають періодичні видання - наукові журнали, матеріали конференцій, вісники університетів та наукових установ, звіти по науково-дослідних роботах. З початку 90-х років в життя університетів, в тому числі в навчальний процес і наукову діяльність, почали проникати інформаційні комп'ютерні технології, а з середини 90-х років і використання світової інформаційної мережі Internet для отримання та обміну інформацією. З'явилась можливість використання підручників, навчальних посібників та учбово-методичного забезпечення на не паперових носіях інформації – флеш-пам'яті, дисках та в електронних базах даних, які зараз можуть сягати обсягу в декілька тисяч гігабайт, що відповідає декільком мільйонам книжок. Це внесло суттєві зміни в погляди на інформаційне забезпечення навчального процесу та наукової діяльності університету. Зараз база інформаційного забезпечення повинна включати всі ці компоненти: паперові підручники, навчальні посібники та періодичні фахові видання; власну електронну бібліотеку навчальної та наукової літератури, якою можуть користуватися всі абоненти комп'ютерної мережі вищого навчального закладу і швидкість обміну інформацією в якій становить, як правило, не менше 100Мбіт/с; канали доступу до зовнішніх інформаційних мереж - всесвітньої мережі Internet, європейської наукової мережі GIANT, загальнодержавної навчально-наукової мережі України URAN та регіональних мереж, якщо вони створені. Швидкість обміну інформацією в каналах доступу до зовнішніх мереж обмежується фінансовими можливостями вищого навчального закладу і в більшості університетів становить 128-256 Кбіт/с, і тільки в деяких сягає 1-2 Мбіт/с.

Інформаційне забезпечення навчального процесу та наукової діяльності університету на теперішній час в основному здійснюється трьома шляхами. По-перше, шляхом підтримання на необхідному кількісному та якісному рівнях загально-бібліотечних та кафедральних фондів підручників, навчальних посібників, методичних розробок та навчально-методичних комплексів. По-друге, створенням умов для доступу викладачів і студентів до світової інформаційної мережі Internet з метою пошуку необхідної інформації. По-третє, шляхом створення власної електронної бібліотеки і умов для користування нею.

Створення і організація функціонування електронної бібліотеки вимагають виконання досить великого обсягу робіт, як підготовчих, так і в процесі функціонування. Одним з найбільш складних етапів є її наповнення інформаційними матеріалами - підручниками, навчальними посібниками, учбово-методичними розробками, науковими виданнями та ін.

Якщо питання створення класичного бібліотечного фонду відпрацьовані багатьма десятиріччями, а питання підключення до зовнішніх мереж суто фінансові, то створення та організація функціонування власної електронної бібліотеки в комп'ютерній мережі університету вимагає проведення значної науково-дослідної, проектної та розробницької роботи.

Однією із важливих складових інформаційного забезпечення є дидактичний комплекс. Він є дидактичною системою, в яку, з метою створення умов для педагогічно активної інформаційної взаємодії між викладачем і тим хто навчаються, інтегруються прикладні педагогічні програмні продукти, бази даних, а також сукупність інших дидактичних засобів і методичних матеріалів, що забезпечують і підтримують навчальний процес. Кожен елемент дидактичного комплексу є не просто носієм відповідної інформації, але і виконує специфічні функції, визначені задумом педагога.

Узагальнюючи сказане, можна зробити висновок, що використання в навчальному процесі вузу запропонованого інформаційного забезпечення навчального процесу дозволить частково зняти проблеми, що стоять сьогодні перед викладачами в умовах інформатизації вищої школи. Удосконалення інформаційних ресурсів забезпечує якість знань, ефективність організації педагогічного процесу, сприяє удосконаленню самостійної роботи, перетворенню набутих знань у кваліфікаційні вміння та навички для формування переваг на європейському ринку освітніх послуг.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОДУЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ

Зоренко О.І., асистент

Проблема всебічного забезпечення навчального процесу у вузі завжди знаходилася і знаходиться в центрі уваги педагогів-дослідників. Ефективне використання сучасних інформаційних технологій у педагогічному процесі – проблема сьогодення. Сучасний вищий навчальний заклад для якісного проведення навчального процесу та наукової діяльності потребує, крім матеріальної бази, кадрового та учбово-методичного забезпечення, також повноцінного інформаційного забезпечення. Інформаційне забезпечення разом із апаратним, телекомунікаційним і програмним забезпеченням включаються до системотехнічного забезпечення модульної технології навчання. Саме інформаційному забезпеченню в педагогічному процесі приділяється недостатньо уваги в науково-педагогічній літературі. Зміни, які відбуваються в Україні та за її межами, висувають нові вимоги до сучасних фахівців. Завдання підвищення ефективності навчального процесу, якості підготовки спеціалістів не можуть бути вирішені без підвищення якості викладання, без корекції навчального процесу, без використання педагогічних інновацій. Підготовка спеціалістів передбачає не лише формування професійних знань, умінь та навичок, які необхідні в практичній діяльності, а й виховання всебічно розвиненої особистості, розвиток її пізнавальних потреб та інтелектуальних здібностей, інтересів та мотивів, духовності, менталітету та формування сучасного світогляду.

Задовольнити вищезазначені вимоги можливо при вдосконаленні традиційної системи навчання, її форм, методів, засобів та впровадженні новітніх педагогічних технологій, серед яких - модульна технологія навчання.

Модульне навчання базується на загально дидактичних (науковості, системності, послідовності, доступності та ін.) і специфічних принципах в умовах модульної технології (модульності, індивідуалізації, диференціації, орієнтації на майбутню професію та ін.). Вибір методів навчання викладачі здійснюють залежно від змісту навчання, організаційної форми, конкретної мети заняття на основі дидактичних і методичних знань, власного досвіду тощо. Методи навчання спрямовані на активізацію пізнавальної діяльності студента, посилення мотивації в навчанні, стимулювання розумової праці на основі індивідуального підходу до кожного студента. В рамках модульної технології доцільно застосовувати поєднані методи (залежно від конкретної мети модуля), а саме: інформаційно-рецептивний, пояснювально-ілюстративний, метод проблемного навчання, дослідницький. Велике значення має комплекс використання різних засобів навчання. Доцільно використовувати сучасні технічні засоби (навчальні комп'ютерні програми, електронні видання та підручники тощо). Засоби навчання постійно вдосконалюються, адже вони полегшують можливість пізнання, формування знань і вмінь, емоційного ставлення до дійсності.

Сутність модульної системи навчання полягає в тому, що той, хто навчається, більш самостійно працює над запропонованою навчальною програмою, яка включає цільовий план дій, банк інформації, навчально-методичне забезпечення поставлених дидактичних цілей. При використанні модульної технології змінюються підходи щодо форм, засобів та методики викладання дисципліни. Важливим є те, що викладач має можливість:персоналізування технології навчання; урахування індивідуальних здібностей студентів; урахування між предметної інтеграції у викладанні дисципліни; використання різноманітних форм і методів активного навчання; організації, планування та стимулювання самостійної роботи студентів; співробітництва та співтворчості викладачів та студентів; спрямування на формування мобільності знань, гнучкості та критичного мислення; діагностування та оцінювання рівня якості підготовки студентів на певному етапі навчання. Контроль знань, умінь та навичок студентів – невід'ємна складова педагогічного процесу та форма зворотного зв'язку. Перевірка та оцінювання надає викладачеві інформацію про рівень знань студентів, дозволяє аналізувати наскільки ефективними є технології навчання, обрані форми, методи та засоби, які використовувалися у викладанні. Контроль дисциплінує студентів, сприяє формуванню відповідальності та самостійності у навчанні. Модульна технологія передбачає такі форми контролю: поточний контроль (у процесі навчання), періодичний контроль (після вивчення розділу, теми), підсумковий контроль (проводиться в кінці вивчення курсу).

При модульному навчанні використовується рейтингова система оцінювання. Вона дає можливість об'єктивно оцінити рівень підготовки кожного студента на певному етапі навчання. Також рейтингова система організує і стимулює систематичну навчальну діяльність студентів, посилює мотиваційний компонент, формує самостійність оволодіння вибраною професією.

Модульна система навчання певною мірою дозволяє реалізувати принцип «зроби себе сам», який мобілізує студента на досягнення поставленої мети. Модульна технологія більше відповідає і реалізації цілей навчання: дати не тільки знання, а й прищепити вміння та навички у вирішенні професійних завдань як в типових, так і в нетипових ситуаціях, розвинути особистість студента через використання арсеналу розумових операцій до рівня прогнозованого системного стилю мислення.

Так як студент при модульній системі навчання має багато працювати самостійно, то виникає необхідність сформувати вимоги до інформаційного забезпечення цієї системи.

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ

Рубан М.М., Сумський національний аграрний університет, м.Суми, Україна
Дутченко О.М., к.е.н., ДВНЗ „УАБС НБУ", м. Суми, Україна.

Останніми роками в світі спостерігається тенденція до дефіциту продовольства. У найближчі десять років ціни на сільськогосподарську продукцію в світі зростуть на 15-40 %, стверджують експерти Організації економічного співробітництва та розвитку і Продовольчої і сільськогосподарської організації. Причиною стане зростання попиту на продукти харчування в країнах, що розвиваються, і виробництво біопалива. Вказана тенденція може бути використана як додатковий аргумент у питанні про необхідність розвитку агропромислового комплексу регіону та його експортного потенціалу.

Очікується, що протягом найближчого десятиріччя продуктивність сільського господарства всіх країн світу підвищиться на 22 %. При цьому в Західній Європі рівень продуктивності залишиться на тому ж рівні, що і в даний час. Це пов'язано з тим, що в Європі інновації вже упроваджені і працюють практично на повну потужність, тоді як в нашому регіоні інноваційний потенціал АПК ще практично не задіяний. Таким чином, актуальність розробок і подальшого впровадження ідей у сфері інноваційного розвитку АПК регіону не викликає сумніву.

У 2007 році був створений єврорегіон «Ярославна» (між Курською і Сумською областями). У його рамках було підписано угоду про співпрацю між Головним управлінням агропромислового розвитку Сумської обласної державної адміністрації, комітетом агропромислового комплексу Курської області і комітетом харчової і переробної промисловості і продовольства Курської області. Даний факт свідчить про намір влади підтримувати розвиток відносин між регіонами у сфері агропромислового розвитку.

На сьогоднішній день в рамках співпраці влади і наукових кіл регіону реалізується ідея щодо створення на базі Сумської області регіонального енергетично незалежного центру, який дозволить в перспективі забезпечити високий рівень конкурентоспроможності регіону за рахунок забезпечення регіональної продовольчої безпеки і розвитку експортних можливостей.

Зрозуміло, що для реалізації даного проекту потрібні великі капіталовкладення, тому передбачається поетапне освоєння залучених інвестиційних вкладень. На сьогоднішній день розроблено декілька інвестиційних пропозицій, що є самодостатніми складовими майбутнього комплексного економічного проекту, серед яких найбільш примітними є наступні:

- створення оптимальної моделі молочного кооперативу, що забезпечує повний цикл «виробник – переробка»;
- створення комплексу овочесховищ з подальшим включенням його в систему переробних підприємств (консервний і крохмальний заводи);
- технологічне переоснащення існуючих потужностей з виробництва цукру (освоєння нових підходів у вирощуванні цукрового буряка і реконструкція цукрових заводів);
- розвиток інфраструктури з виробництва і переробки зерна: створення насіннєвого заводу, елеваторних комплексів та ін.

Техніко-економічне обґрунтування кожного з вказаних проектів є інноваційним за природою використаних технологій і орієнтовано на високий рівень доданої вартості і рентабельності.

Як вказано в офіційному звіті, агропромисловий комплекс Курської області успішно вирішує актуальне питання забезпечення продовольчої безпеки, тобто насичення внутрішнього ринку життєво необхідними, якісними і економічно доступними для населення продуктами харчування і стійкого відтворення кадрового та природно-екологічного потенціалу сільського господарства. Також, в галузі продовжувалося впровадження інновацій і сучасних ресурсозберегаючих технологій. Таким чином, загальні агрокліматичні особливості, споріднена спеціалізація у сфері АПК, співставний економічний потенціал і бажання перспективного розвитку дозволяють на сьогоднішній день нашим областям в рамках єврорегіональної співпраці реалізувати наступні форми відносин:

- залучення прямих і/або портфельних інвестицій з метою реалізації запропонованих проектів;
- здійснення міжрегіональної торгівлі з метою збільшення завантаження виробничих потужностей переробних підприємств (можливі також схеми з давальницькою сировиною);
- обмін інноваційними технологіями і впровадження їх в спільне виробництво з метою сприяння високому рівню життя регіону;
- використання вигідного географічного розташування регіону для освоєння найближчих регіональних ринків, а також можливе використання експортних переваг України як члена Всесвітньої торгової організації.

ЕЛЕКТРОННА СИСТЕМА «КОНТРОЛЬ» ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ СТАНУ ВИКОНАВСЬКОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНИХ АДМІНІСТРАЦІЙ

Єроха Б.С., студ. 4 курсу ФМ
Науковий керівник: к.пед.н., доцент Антонченко М.О.

Управлінська діяльність містить у собі ряд управлінських функцій, серед яких важливе місце займає контроль.

Об'єкт дослідження: Глухівська районна державна адміністрація.

Предмет дослідження: контроль за станом виконавської дисципліни в органах державних адміністрацій.

Мета дослідження: виявити проблеми контролю за станом виконавської дисципліни і запропонувати шляхи їх усунення.

Завдання дослідження:

- зробити аналіз змісту управлінської діяльності в органах держадміністрацій і зокрема функції контролю
- ознайомитися з організацією роботи з обміну інформацією в електронному вигляді та аналіз порядку проходження внутрішнього документообігу;
- виявити основні проблеми електронного документообігу та шляхи їх усунення.

Сутність контролю полягає в спостереженні за відповідністю фактичний стану справ підконтрольного об'єкта з наміченими цілями та встановленими стандартами.

Контроль в органах виконавчої влади виступає засобом коригування управлінських рішень з урахуванням оперативної інформації, зібраної у процесі контролю.

Оперативна інформація поступає до державних адміністрацій з підпорядкованих територій за допомогою паперового та електронного документообігу.

Основні проблеми здійснення контролю при застосування отриманих даних, полягають в тому, щоби уникнути роздрібнення і дублювання інформації, знайти оптимальні варіанти розподілу контрольної діяльності між органами з урахуванням конкретного призначення кожного з них і потреб практики.

Шляхами усунення таких проблем є:

- правове регулювання діяльності контрольної структури;
- матеріально-технічне забезпечення;
- максимальна автоматизація процесу контролю (його документальної сфери).

Для максимальної автоматизації функції контролю за допомогою електронного документообігу в управлінської діяльності Глухівської районної державної адміністрації запропонована електронна система «Контроль», яка розроблена на базі макросів MS Excel. Вона дозволяє здійснювати електронний документообіг за допомогою комп'ютерних мереж, аналізу поточних та підсумкових даних та їх захисту.

Таким чином, у результаті дослідження виконано усі поставлені завдання та реалізовану його мету.

Література

1. Закон України "Про місцеві державні адміністрації" від 9 квітня 1999 р. № 586 – XIV // ВВР України. – 1999. – № 20-21. – Ст. 190.
2. Постанова Кабінету Міністрів України "Про стан виконавської дисципліни в органах виконавчої влади та заходи щодо її зміцнення" від 13 травня 2004 р. №630 // Урядовий кур'єр. – 2004. – № 91. – 18 травня.
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 26 грудня 2003 р. N 2037 "Про затвердження Типового положення про структурний підрозділ з контролю апарату міністерства, іншого центрального органу виконавчої влади" // Офіційний вісник України від 09.01.2004 - 2003 р., № 52, том 1, стор. 261, стаття 2806.
4. Указ Президента України від 26 липня 2005 року №1132/2005 "Питання контролю за виконанням указів, розпоряджень і доручень Президента України".
5. Державне управління: теорія і практика / за заг. ред. В. Б. Авер'янова. – К. : Юрінком Інтер, 1998. – 432 с.
6. Малиновський В.Я. Державне управління: Навч. посіб. – 2-е вид., доп. та перероб. – К.: Атіка, 2003. – С. 211-238.
7. Палеха Ю.І. Документаційне забезпечення управління. – К.: МАУП, 1997.
8. Писаренко В.П. Організація контролю за виконанням нормативно-правових актів в органах виконавчої влади. – Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук з державного управління за спеціальністю 25.00.02 – механізми державного управління. – Харків, 2007.
9. Слиньков В.Н. Документы административного делопроизводства в менеджменте бизнеса. – К., 1999.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМ ПРОЦЕСОМ АВТОСТАНЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Дорофєєва О.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. “Менеджмент організацій”
Науковий керівник: к.е.н., доцент В’юненко О.Б.

Транспортна система, яка дозволяє вирішувати важливі завдання логістики є складною ергатичною системою, яка включає транспортні засоби різних типів і призначень, базові засоби (диспетчерські пункти, автостанції та ін.) а також обслуговуючий персонал. Пошук шляхів інтенсифікації як існуючих, так і розробка принципово нових підходів до управління транспортними системами, що дозволять при постійно змінних техніко-економічних ситуаціях підтримувати ефективне функціонування в умовах ринкової економіки, стає нагальною необхідністю. Вирішення подібних завдань стало можливим завдяки розвитку засобів обчислювальної техніки, інформаційних технологій, сучасної теорії управління, методів системного аналізу, зокрема, математичного моделювання і теорії оптимізації. Підвищення ефективності використання транспортних ресурсів при вирішенні завдань стратегічного партнерства приводить до необхідності розглядати безпосередньо транспортну систему регіону (області, міста, району), як складну систему, що функціонує в умовах невизначеності. Відсутність теоретичних положень і алгоритмічного забезпечення, що дозволяють проводити дослідження складних транспортних систем з урахуванням зовнішніх і внутрішніх умов, що змінюються, в значній мірі стримує створення сучасних високоефективних систем управління. У зв’язку з цим актуального значення набуває побудова науково обгрунтованої методики вирішення завдань підвищення ефективності функціонування транспортної системи, за рахунок оптимального руху транспортних засобів, впровадження сучасних технологій автостанційного обслуговування, а також створення спеціального алгоритмічного забезпечення системи управління цими процесами.

Тому метою дослідження є розробка структури інформаційної підсистеми електронних сервісів автостанційного обслуговування, що дозволить підвищити ефективність функціонування транспортної системи завдяки використанню систем GPS моніторингу. Система GPS моніторингу є програмно-апаратним комплексом, що складається з бортового, комп’ютерного устаткування і програмного забезпечення, що дозволяє організувати системне спостереження за станом автоперевезень з метою оцінки і контролю. Комплектація системи на автобусі може складатися з бортового контролера, датчиків пасажиропотоку, палива та інших. Тобто на транспортний засіб встановлюється бортове устаткування, яке по сигналах супутників системи GPS визначає місцезнаходження, швидкість, напрям руху об’єкту, а також контролює стан датчиків і записує їх в незалежну пам’ять. Підрахунок пасажирів відбувається за рахунок системи контактних датчиків. Система контролю палива дозволяє зменшити витрати на ПММ, за рахунок ефективного контролю заправок, зливів, фактичних витрат палива та інших параметрів руху.

Система дозволяє поліпшити облік пасажиропотоку з прив’язкою до часу і зупинками проходження транспортного засобу, а також проводити відстежування маршруту пересування транспортного засобу. З пам’яті бортового устаткування, інформація передається по каналах мобільного зв’язку на сервер, де обробляється і в подальшому передається по каналах інтернет диспетчеру. Програмне забезпечення диспетчера надає можливість відстежувати об’єкти на мапі, формувати звіти і зберігати всю інформацію в реальному режимі часу. Загалом впровадження автоматизованої системи обліку пасажиропотоку дозволить здійснювати централізований збір інформації про пасажиропотік на приміському і міжміському транспорті, це означає що у будь-який момент часу можливо проглянути поточну інформацію або інформацію за минулі періоди часу. На основі отриманої аналітичної інформації з’являється можливість поліпшення маршрутів за часом, кількості автобусів і графіків пересування.

За допомогою такої системи стає можливим точно визначати кількість перевезених людей і при відомій місткості автобусів можна розрахувати пасажиропотік на маршруті залежно від сезону, днів тижня і годин роботи, а також: 1) надавати необхідну інформацію перевізникам; 2) контролювати пробіг, швидкість і зупинки; 3) недопустити розкрадання і махінацій (завдяки визначенню реальної виручки на маршруті, запобіганню розкрадання ПММ, зменшенню порушень водіїв на маршруті); 5) більш ефективно планувати діяльність (з’являється об’єктивна основа для ефективного планування маршрутної мережі, зокрема потрібної кількісті машин на маршрутах по періодах; формування даних про завантаження в певні години, дні і місяці, а також щоденний контроль виручки по кожному автобусу). Розглянута система автоматизації пасажирських перевезень і автостанційного обслуговування здатна максимально автоматизувати роботу підприємства і як наслідок істотного підвищити рентабельність бізнесу. Впровадження такої системи дозволить підвищити ефективність підприємства на 10-15%, зробити операції максимально прозорими і швидкими. Окупність системи залежить від кількості автомобілів, пасажиропотоку на маршруті і порушень водіїв. Також важливим фактором є те, що не тільки саме підприємство використовує ресурс системи, але і може надавати послуги безпосередньо перевізникам.

ЗАХИСТ ВІДВІДУВАЧІВ ВЕБ-САЙТУ ВІД НЕБЕЗПЕЧНИХ РЕСУРСІВ

Пашко С.П., студ. 4 курсу факультету ЕлІТ, СумДУ, спец. «Информатика»
Научный руководитель: доцент Ободяк В. К.

При створенні веб-сайтів, що передбачають розміщення користувачами певної інформації без попередньої перевірки адміністрацією, перед розробниками гостро постає проблема безпеки користування їхніми продуктами. Інтернет-шахраям достатньо дозволу на публікацію текстової чи графічної інформації на сервері, аби спричинити шкоду чи оволодіти приватними даними інших відвідувачів веб-сторінок цього ж серверу. Найпоширенішим способом завдавати шкоду відвідувачам є публікація посилань на сторонні ресурси, створені для фішингу або для шкідливих дій з програмним забезпеченням.

Більшість сучасних веб-браузерів мають у своєму функціоналі вбудований захист від відвідування небезпечних ресурсів. Якщо користувач такого програмного забезпечення намагається потрапити на сайт, що несе в собі певну загрозу для його даних, він спершу потрапляє на сторінку з попередженням про можливу небезпеку. На цій сторінці пропонується зробити вибір: чи повернутися на попередню сторінку без відвідування небезпечного сайту, чи, не зважаючи на ризик, продовжити виконання операції.

Виробниками браузерів, що одними з перших почали надавати послугу безпечного перегляду веб-сторінок, стали корпорації Мозілла та Гугл. У своїх продуктах Mozilla Firefox (починаючи з версії 3) та Google Chrome вони використовують API (application programming interface) безпечного перегляду від лабораторії Google Code (більш відомий як «Google Safe Browsing API»). Принцип роботи цього продукту полягає у тому, щоб звіряти кожну відвідувану URL-адресу на наявність її у розміщеному на серверах Google чорному списку сторінок, які імовірно призначені для фішингу або небезпечних та шахрайських дій. База даних постійно оновлюється за допомогою програмного аналізу веб-сайтів та скарг відвідувачів.

Лабораторія Google Code надає API безпечного перегляду програмістам. Але розробка програмних засобів взаємодії з ним до цього часу залишається досить важкою задачею для невеликих проектів, адже необхідно приймати значні потоки інформації, будувати власну базу даних, розміщувати її на власних серверах, підтримувати локальну базу даних в актуальному стані, оновлювати її щопівгодини і тому подібне. Через ці складнощі, Google Safe Browsing API досі не набув популярності та майже не використовується у веб-проектах. Власники останніх, у свою чергу, отримують значні збитки, коли програмне забезпечення їх користувачів, пошкоджене вірусами, починає без їх відома розсилати посилання на скачування імплементацій самого себе іншим і розповсюджує вірус на ще більшу аудиторію.

Використовувати API безпечного перегляду у власному веб-проекті доцільно наступним чином: коли зловмисник або заражене програмне забезпечення звичайного користувача, спробує опублікувати загалу чи надіслати приватним повідомленням іншому користувачеві шкідливе веб-посилання, система повинна заблокувати йому можливість це зробити та повідомити про такі дії адміністрацію ресурсу.

Для невеликих веб-ресурсів запропоновано розробити спрощений інтерфейс для роботи з Safe Browsing API без втрат основного функціоналу, але мінімізувавши документацію, що повинен вивчити розробник, який бажає використовувати безпечний перегляд у своїх програмних продуктах.

Пропонується розроблений на мові програмування PHP продукт, який взаємодіє з користувачем через спрощений інтерфейс та має наступний функціонал:

- з'єднання з базою даних Google через Safe Browsing API та завантаження початкової бази хеш-сум URL;
- канонізація вхідної URL-адреси, отримання з неї хеш-суми та перевірка її наявності у локальній базі даних;
- за допомогою Cron (служби-планувальника задач UNIX-подібних систем) кожні 30 хвилин синхронізація інформації у локальній базі даних MySQL з актуальним чорним списком Google, доступним на момент синхронізації.

Повний список завантажується лише при першому зверненні, а надалі додаються хеш-суми, які були створені з моменту останньої синхронізації та видаляються ті, які втратили актуальність.

Запропонований Web API розроблено за ідеологією REST типу комунікації (Representational State Transfer). Програма-клієнт або веб-сервер повиненні надсилати до розробленої веб-служби запити типу GET. У них слід зазначати URL-адресу, яку необхідно перевірити на наявність у чорному списку. Сервіс аналізує її хеш на предмет наявності у базі даних та повертає відповідний результат.

За допомогою запропонованого Web API, розробники веб-сайтів зможуть програмно забороняти користувачам розміщувати посилання на сторінки, що використовуються, наприклад, для фішингу, і попереджувати про небезпеку переходу за вже розміщеними посиланнями. Перевагою користування розробленим продуктом є простота реалізації програмного коду, відсутність потреби мати власну базу даних, відносно малий об'єм трафіку, що передається та отримується при аналізі посилань.

МАРКЕТИНГОВОЕ РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ДЛИННЫХ URL-АДРЕСОВ В WEB 2.0

Пашко С.П., студ. 4 курса факультета ЭлИТ, СумГУ, спец. «Информатика»
Научный руководитель: доцент Ободяк В.К.

Ежедневно в социальных сетях регистрируется сотни тысяч новых пользователей, а современные web 2.0 сервисы вливаются в жизнь каждого пользователя как нечто неотъемлемое от самого понятия «Интернет». Одной из самых популярных на сегодняшний день социальных сетей является Twitter. В этом сервисе пользователи публикуют короткие сообщения (максимальной длинной в 140 символов) через SMS, веб-интерфейс и программы-клиенты. Такое ограничение длины сообщения очень существенно при передаче ссылок.

Согласно статистике, подведенной аналитической группой департамента маркетинга компании Яндекс в марте 2010 года, 67% всех записей в Twitter содержат ссылки (http://download.yandex.ru/company/figures/yandex_on_twitter_march_2010.pdf). В то же время URL-адрес страницы поиска Google по запросу, например, «Сумской национальный аграрный университет» более чем в два раза превышает максимально допустимую длину всего сообщения в Твиттере.

Уменьшения длины любых URL можно достичь, ассоциируя их с внутренними URL-адресами специально разработанного для этих целей веб-сервиса (http://tinyurl.com/).

На языке объектно-ориентированного программирования PHP с использованием архитектуры программного обеспечения «Модель-представление-поведение» (MVC) был разработан сайт для создания коротких URL-адресов. С его помощью в базе данных MySQL под порядковыми номерами сохраняются все длинные ссылки, предоставленные пользователями. Эти ссылки становятся доступными через веб-интерфейс этого же сайта сразу после добавления их пользователем. Теперь вместо длинного URL-адреса, достаточно поделиться коротким аналогом: http://<domain.com>/<number>, где <domain.com> - короткий домен ресурса, на котором размещен разработанный сайт (согласно правил ICANN может состоять минимум из четырех символов), а <number> - порядковый номер (идентификатор) длинной ссылки в базе данных.

Для ещё большего уменьшения длины короткой ссылки, было принято решение переводить идентификатор в позиционную систему исчисления с основанием 62: помимо цифр от 0 до 9, используются буквы латинского алфавита в верхнем и нижнем регистрах, что делает идентификатор еще короче. Это основание выбрано как оптимальное для использования в URL, ведь в этом случае используются только печатные символы ASCII.

Администрация разработанного сервиса вправе самостоятельно решать, что отображать посетителю при переходе по короткой ссылке. Самый распространенный и логичный вариант – мгновенная переадресация пользователя по длинному URL-адресу путем передачи заголовка в PHP: header(“location: url“).

В данном проекте целевой адрес открывается не в текущем окне веб-браузера пользователя, а во встроенном полноэкранном html-фрейме страницы, размещенной непосредственно по адресу короткой ссылки. Используется абсолютно-позиционированный полупрозрачный прямоугольный баннер, размещающийся поверх фрейма с целевой страницей. В его пределах может располагаться различная текстовая и графическая информация.

В результате появляются новые возможности:

- для пользователей-авторов ссылок:
  - разместить сопровождающий текст - описание страницы, на которую ссылается автор;
  - получить материальное вознаграждение за размещение короткой ссылки в интернете;
  - «вернуть» посетителя на свой ресурс, например, размещением в баннере ссылки «назад»;
- для пользователей-рекламодателей:
  - проводить рекламные кампании, оплачивая услуги пользователей-авторов, согласившихся размещать определенную информацию на страницах, доступных по их коротким ссылкам;
  - поместить рекламу на страницах ресурсов, авторы которых не желают размещать контент подобного рода;
  - удержать рекламный материал в поле видимости посетителя дольше, чем обычно, ведь при навигации по страницам в html-фрейме, посетитель не «теряет» рекламный баннер;
- для посетителей, посетивших короткий URL-адрес:
  - получить дополнительную информацию по интересующей теме в виде контекста;
  - воспользоваться всеми услугами сервиса в своих целях, «уменьшить» свою длинную ссылку, зарегистрироваться и начать рекламную компанию.

По результатам проведенных исследований, можно сделать вывод, что использование предлагаемого проекта позволяет обойти ограничения современных социальных сетей и способствует более простой передаче URL-адресов. Предложен также способ вознаграждения пользователей онлайн сервиса.

ПІДХІД ДО ЗРУЧНОЇ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ ДО БАЗИ ДАНИХ MYSQL ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ З MS EXCEL

Нонко Д.Ю., Самойленко О.С., студ. 4 курсу центру ЗДВФ, СумДУ, спец. «Інформатика»
Науковий керівник: доцент Ободяк В. К.

На даний час існує проблема зручної передачі інформації до бази даних (БД) MySQL інтернет-магазину з таблиць MS Excel при безкоштовному адмініструванні програмного забезпечення (ПЗ) інтернет-магазинів.

Необхідною умовою для багатьох інтернет-магазинів є те, що програма повинна коректно аналізувати прайс-лист постачальника і розрізняти який рядок з прайсу є головною категорією, підкатегорією першого, другого чи третього коліна від найменування товару. Не повинно також виникати значних труднощів з налаштуванням програми у адміністраторів-початківців, які ще не мають достатніх знань по роботі з MySQL.

Є великий вибір програмного забезпечення, яке може допомогти при користуванні базами даних тих чи інших конструкцій та типів, в яких наведені дані про товар. Таке ПЗ достатньо функціональне, але має деякі недоліки.

Розглянемо, наприклад, ПЗ Navicat for MySQL (www.navicat.com). Вартість цього продукту $95. Програма працює з будь-якою MySQL версією 3.21 і вище, підтримує більшість останніх функцій MySQL, включаючи триггери, процедури зберігання, функції, події, вид, управління користувача. Маючи добре продуманий інтерфейс користувача, Navicat MySQL дозволяє швидко та легко створити, організувати доступ та обмінюватись інформацією у безпечний та простий спосіб. Користувачі Navicat MySQL можуть підключатися до локальних/віддалених MySQL серверів, забезпечених декількома інструментами, наприклад, такими як дані по структурі, синхронізація, імпорт/експорт, копіювання. Але цей продукт потребує складних налаштувань для роботи з MS Excel та MySQL. У цього ПЗ не має таких властивостей, які б дозволили їй самостійно визначати, де категорія, підкатегорія та товар.

Є також багато інших подібних програмних продуктів, наприклад, SQL Converter 2 for Excel (http://www.sqlconverter.com/), Excel-to-MySQL (http://www.convert-in.com/xls2sql.htm), Excel – MySQL Magic Converter (http://www.websitedatabases.com/excel-mysql.html). Але жоден з них не повністю задовольняє поставлені вимоги. У кожного програмного продукту є принаймні один з перерахованих нижче недоліків:

- не дивлячись на те, що деякі з них називаються умовно-безкоштовними, вони мають свою ціну;
- не всі програми мають змогу працювати на таких операційних системах, як Unix, Linux, MS-DOS, Symbian з віддаленим з'єднанням;
- відсутня вказана можливість, щодо вибору таблиць та полів (можливо змінити це, лише редагуючи документ Excel);
- відсутня можливість вибору кодування для імпортування в БД (за стандартом може використовуватись, наприклад, UTF-8);
- відсутні повні налаштування структури бази даних і, відповідно, програма не має можливості заповнити базу даних інтернет-магазину без глибоких знань БД MySQL.

Можна зробити висновок, що жоден з розглянутих продуктів не задовольняє всіх поставлених вимог і виникає необхідність в розробці власного продукту, який би повністю відповідав потребам невеликих інтернет-магазинів.

Для розробки інтернет-магазину були вибрані PHP скрипти ShopOs (http://www.shopos.ru/). Вони є безкоштовними і мають достатньо повний набір функцій як для адміністратора сайту, так і для користувачів.

В результаті проведеного дослідження була розроблена програма і скомпільована на Delphi, яка повністю задовольняла поставленим вимогам.

Для зручності адміністрування інтернет-магазину була також введена також функція переводу ціни товару з доларів в національну валюту і функція націнки товару за трьома ознаками:

- в доларах до вихідної ціни з прайсу;
- загальна націнка у гривнях;
- націнка в процентах від загальної.

Початкові коди існуючих програм отримати неможливо, тому лишається опиратися лише на аналіз програми з точки зору адміністратора і користувача. Після аналізу роботи раніше випущених програм, призначених для імпортування однієї бази даних в іншу, а саме з MS Excel в MySQL, було виявлено, що при їх використанні для інтернет-магазину виникають складнощі при щоденній зміні інформації в базі даних. В той же час розроблена програма придатна для коректної роботи сайту інтернет-магазину і зручна в роботі.

Запропоноване ПЗ використане при адмініструванні інтернет-магазину "Obzor" (http://www.obzor.rxfly.net/).

АВТОМАТИЧНе ОНОВЛЕННЯ АНТИВІРУСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОМП'ЮТЕРНИХ МЕРЕЖах НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Лісунов О.С., Воєводін Ю.В., студ. 3 курсу факультету ЕлІТ, СумДУ, спец. «Інформатика»
Науковий керівник: доцент Ободяк В. К.

На даний момент існує проблема автоматичного оновлення засобів захисту комп'ютерів, що знаходяться під керуванням операційних систем Windows і не мають підключення до Інтернету, але належать до внутрішньої локальної комп'ютерної мережі навчального закладу. Ця проблема безпосередньо стосується автоматичного завантаження та встановлення оновлень захисту операційної системи та антивірусного продукту комп'ютера.

Об'єктом дослідження є технологія автоматичного оновлення ОС Windows та антивірусного продукту Microsoft Security Essential для комп'ютерів локальної мережі навчальних закладів.

Предметом дослідження є вибір технології і налаштування автоматичного оновлення ОС Windows та антивірусного програмного забезпечення з урахуванням існуючих ресурсів закладу.

Ефективність боротьби з сучасними загрозами передбачає наявність останніх критичних оновлень операційної системи та антивірусних баз в комп'ютерах користувачів. Оскільки оновлення передбачає наявність Інтернет, то потрібен доступ до нього з локальних комп'ютерів, що не завжди виконується в умовах навчального закладу. Крім того, навіть при наявності мережі Інтернет на кожному комп'ютері, не буде раціональним використанням ресурсів скачування оновлень для кожного комп'ютера окремо. У випадку локальної мережі закладу оновлення може проводити адміністратор, але це передбачає його пряме втручання у роботу клієнтських комп'ютерів, тобто ручне встановлення оновлень. Такий підхід є нераціональним, з декількох причин: по-перше - даний метод займає дуже багато часу, по-друге – пряме втручання адміністратором у роботу клієнтських комп'ютерів є не завжди можливим. Отже необхідно використати технологію, що дозволить автоматично оновлювати клієнтські комп'ютери.

При виборі технології автоматичного оновлення пропонується використати технологію WSUS 3.0 (Windows Server Update Services – сервер оновлень операційних систем і продуктів), яку пропонує компанія Microsoft (в попередніх версіях WSUS підтримки оновлення антивірусновго продукту не було виявлено).

Метою роботи була розробка методів захисту та своєчасного обслуговування комп'ютерів в локальній мережі.

При вирішенні даної проблеми враховано те, що системний адміністратор, який використовує даний метод налаштування автоматичного оновлення, має базові навички по роботі з операційною системою Windows (XP, Home Edition, Vista, Seven) і Windows Server (2003, 2008). Також необхідною вимогою застосування даного методу є наявність серверу під керуванням Windows Server (2003, 2008) в локальній мережі закладу.

Вимоги до програмної частини сервера:

- ОС Microsoft Windows Server (2003 SP2, 2008);
- IIS 5.0, 6.0 або вище;
- СУБД: WMSDE (входить в дистрибутив WSUS), SQL Server 2000 (SP3 або вище) или SQL Server 2005;
- служба BITS версії 2.0;
- пакет WinHTTP 5.1;
- .NET Framework SP1.

Вимоги до програмної частини робочих станцій:

- операційна система Windows XP SP2;
- правильно налаштована групова політика;
- встановлену антивірусна програму Microsoft Security Essential.

Для початку роботи по налаштуванню автоматичного оновлення необхідно завантажити WSUS (http://www.microsoft.com/windowsserversystem/updateservices/downloads/WSUS.mspx) з компонентами і виконати встановлення і налаштування. Під час встановлення WSUS повідомить шлях, який будуть використовувати клієнти для з'єднання з WSUS-сервером оновлень.

Починаючи з версії WSUS 3.0 є можливість автоматичного оновлення антивірусної програми Microsoft Security Essential.

На робочих станціях необхідно налаштувати групову політику. Після виконання команди gpedit.msc потрібно пройти по шляху Конфігурація комп'ютера – Адміністративні шаблони - Компоненти Windows - Windows UpDate і ввімкнути налаштування автоматичного оновлення, а потім вказати шлях, який будуть використовувати клієнти для з'єднання з WSUS-сервером оновлень.

Результатом дослідження є метод автоматизації оновлень програмного захисту клієнтських комп'ютерів мережі навчальних закладів чи інших установ, який використано при обслуговуванні комп'ютерної техніки Сумського державного університету.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Євдокименко І.С., студ. ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: ст. викладач Пасько Н.Б.

Задача обліку паливно-мастильних матеріалів (ПММ) у підзвіті є актуальною для підприємств із великим і різноманітним транспортним господарством. Актуальність обліку паливно-мастильних матеріалів (ПММ) пояснюється тим, що поряд зі звичайним обліком, потрібне надання інформації про виконані роботи, які обґрунтовують кількість списаних ПММ. А це, в свою чергу, дає можливість більш точно визначити собівартість продукції, що виробляється на досліджуваному підприємстві.

Для організації інформаційного забезпечення задачі обліку ПММ пропонуємо постановку задачі та проект бази даних для реалізації в середовищі СУБД MS Access.

В основу методики обліку ПММ в підзвіті покладені такі положення:

- визначення зв'язку "транспортний засіб - матеріально відповідальна особа – паливно-мастильні матеріали, що використовуються транспортним засобом";
- ПММ на складі обліковуються як звичайні матеріали, при видачі в підзвіт ці матеріали зі складу списуються, а в підзвіт приходять за тим же кодом і тією ж обліковою ціною;
- ПММ на складі обліковуються в кілограмах (так вимагається для статистичних звітів, так виконується надходження ПММ на склад);
- ПММ в підзвіті обліковується в літрах (так як норми витрат визначаються в літрах, вимірювальні прилади – також в літрах).

База даних (БД), що проектується, разом з обчислювальною системою, СУБД, словником даних й адміністратором БД відіграють роль забезпечувальної частини підсистеми процесу збирання та оброблення інформації про надходження та витрати ПММ. Облік подорожніх листів виконується диспетчерами транспортного відділу досліджуваного підприємства . Інформація подорожніх листів транспортних засобів необхідна для обліку виконаних робіт та обліку ПММ, тобто обліку видачі та залишків пального в баках транспортних засобів. Дані накопичуються в розрізі водіїв транспортних засобів та автомашин протягом періоду (місяць). В кінці місяцю накопичувана відомість з указівкою пробігу та витрат пального за кожний день передається в бухгалтерію. Разом передаються і подорожні листи як підтверджуючі документи для розшифровки записів відомості. Далі дані відомості використовуються для нарахування заробітної плати водію транспортного засобу та обліку ПММ в підзвіті. Великий обсяг подорожніх листів обумовлює значну трудомісткість виконання цієї задачі. Автоматизація інформаційних процедур обліку подорожніх листів є засобом підвищення ефективності роботи транспортного підрозділу досліджуваного підприємства.

Функціональна структура підсистеми "Облік подорожніх листів транспортних засобів" (ОПЛ) містить такі комплекси задач: ведення нормативно-довідкової інформації; облік подорожніх листів легкового автотранспорту; облік подорожніх листів вантажного автотранспорту; формування накопичуваних відомостей роботи автомашин; експорт даних обліку подорожніх листів; запити до інформаційної бази.

БД задачі формується на основі уніфікованих вхідних документів (подорожній лист легкового автомобіля, подорожній лист вантажного автомобіля) та довідників (транспортні засоби підприємства, водії транспортних засобів, номенклатура паливно-мастильних матеріалів). Первинний документ «Подорожній лист легкового автомобіля» містить, наприклад, такі основні інформаційні групи як ідентифікація подорожнього листа; завдання водієві, рух пального в літрах, робота водія та автомобіля, результати роботи автомобіля. Вихідні дані формуються у вигляді звітів з виведенням на екран або принтер. Звіти про використання ПММ призначені для аналізу витрат пального - кількості, призначення, а також порівняння з нормативними даними. До складу звітів входять: підсумкова відомість про обсяг виконаних робіт автомашиною за період, зведена відомість використання ПММ матеріально відповідальними особами, оборотна відомість руху ПММ.

На етапі проектування інфологічної моделі предметної області виділені інформаційні об'єкти та виявлені інформаційні зв'язки між цими об'єктами. Розроблена інформаційно-логічна модель, що являє собою схему зв'язків взаємодії інформаційних об'єктів, та структура глобальної ER-діаграми підсистеми обліку подорожніх листів. Розроблений структурний склад кожного інформаційного об'єкта. На етапі логічного моделювання створена даталогічна модель бази даних. Для фізичного проектування бази даних вибране програмне середовище СУБД MS Access. Створений файл бази даних. Розроблені структури таблиць, що відповідають структурному складу інформаційних об'єктів. У відповідності з описаними вхідними та вихідними даними, розроблені екранні форми для введення даних та звіти і запити для відображення потрібної користувачу інформації. Розроблена база даних є засобом вдосконалення інформаційного забезпечення задачі обліку ПММ, дає можливість більш точно визначити собівартість продукції досліджуваного підприємства.

СИСТЕМА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ СТОСОВНО ПОЛІТИКИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Власкіна І.І., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: ст. викладач Пасько Н.Б

Фіскальний характер системи оподаткування, нерівномірність розподілу податкового навантаження на суб'єкти господарювання, недосконалість податкового навантаження та процедур стягнення податків на практиці призводять до надмірного податкового навантаження на суб'єкти господарювання. Наслідком цього є значна збитковість підприємств в Україні, масштабні ухилення від сплати податків; велика частка підприємств, що притягуються до відповідальності за податкові правопорушення.Таким чином, в Україні склалося відповідне податкове середовище, що характеризується невизначеністю, неповнотою інформації, негативним впливом на суб'єкти господарювання. Такі умови актуалізують реалізацію податкової політики підприємств та підвищують необхідність розробки моделей підтримки прийняття управлінських рішень в сфері оподаткування.

Аналізуючи організацію процесів оподаткування підприємств України, можна відзначити їх явно виражений фіскальний характер і спрямованість на забезпечення поточних державних потреб без урахування найближчих соціально-економічних наслідків для підприємств, населення й економіки держави в цілому. Фіскальний характер системи оподаткування стимулює підприємства до штучного заниження прибутку або прямого ухилення від сплати податків. Складність і взаємозумовленість відтворювальних процесів та процесів оподаткування вимагають застосування формальних методів, і, насамперед, апарату економіко-математичного моделювання для вирішення проблем оподаткування підприємств. Так, в основу системи підтримки прийняття рішень (СППР) щодо політики оподаткування підприємств покладено принцип двостороннього вирішення проблеми з урахуванням інтересів як підприємств, так і державних податкових органів.

Для реалізації цієї системи підтримки прийняття рішень були обрані засоби web-програмування, а саме: PHP, оскільки завдяки їм можна реалізувати вирішення всіх завдань, які ставилися при розробці СППР. У цілому в розроблені СППР представляють собою комп'ютерні системи, що включають комплекс програмних засобів, бази даних, за допомогою яких здійснюється на ПЕОМ процес прийняття рішень У роботі СППР спрямовані лише на інформаційне забезпечення прийняття рішень .

Ефективна податкова політика на ВАТ «Шосткинському хлібокомбінаті» для задоволення інтересів має здійснюватися в такому вигляді:

1) визначення напрямів господарської діяльності підприємства, що дають змогу мінімізувати податкові платежі за рахунок різних ставок і об'єктів оподаткування;

2) виявлення можливостей зменшення бази оподатковування підприємства за рахунок прямих податкових пільг;

3) облік непрямих податкових пільг у формуванні податкової політики підприємства;

4)планування суми податкових платежів у майбутньому періоді, виходячи із суми чистого прибутку;

5) оцінювання ефективності розробленої податкової політики підприємства.

Реалізація податкової стратегії багато в чому залежить від реалізації податкового планування, яке є результатом СППР. Для удосконалення організації процесу податкового планування та його спрямування на прийняття ефективних рішень потребується подальше поглиблення досліджень. Виникає необхідність розгляду податкового планування на підприємстві саме як безперервного процесу прийняття управлінських рішень у взаємодії з системою ендогенних та екзогенних чинників, що впливають на нього, розробки системи підтримки прийняття управлінських рішень у податковому плануванні, обґрунтування методичних рекомендацій щодо створення її на підприємстві.З точки зору підприємства податкові платежі є затратами, причому невиробничого характеру. Повністю виключити такі затрати неможливо, оскільки, згідно зі ст.67 Конституції України, кожен повинен сплачувати податки і збори в порядку та розмірах, встановлених Законом Оптимізація величини податкових видатків у розрізі основних показників фінансово-господарської діяльності, не порушуючи при цьому норм податкового законодавства, є загальною проблемою в сфері податкового планування, яке може вирішити за допомогою СППР.

Таким чином, система підтримки прийняття рішень щодо політики оподаткування ВАТ «Шосткинського хлібокомбінату »має надзвичайно важливе значення як для самого підприємства, так і для держави в цілому. СППР в області оподаткування дають змогу побудувати, проаналізувати та об'єктивно оцінити різноманітні сценарії управління податковим навантаженням та підготовити рекомендації щодо прийняття управлінських рішень в області оподаткування, що, в свою чергу, розкриває можливості удосконалення податкової політики підприємств. Впровадження адаптивних методів та моделей підтримки прийняття рішень щодо реалізації податкової політики дає змогу ВАТ «Шосткинському хлібокомбінату » уникнути ризиків, які індукує зовнішнє податкове середовище, за умовах діяльності у відповідності до діючого законодавства України.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР В УМОВАХ ТОВ «АФ ХОРУЖІВКА», СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ, НЕДРИГАЙЛІВСЬКОГО РАЙОНУ

Попович Н.П., студ. 4 курсу ФМ
Науковий керівник: ст. викладач Курило А.О.

У соціально-економічному розвитку країни сільське господарство посідає особливе місце. Це одна з основних галузей народного господарства, яка забезпечує виробництво продуктів харчування і є найпершою умовою розвитку суспільства.

Одні з головних властивостей людського розуму — здатність до передбачення і вибору. А саме передбачення і вибір є основними етапами й метою планування: спрогнозувати розвиток подій, явищ і вибрати найкращий варіант. Цим займаються всі люди й усі колективи. Завдяки плануванню можливо уникнути помилок і використати наявні можливості.

Сумісність планування з ринковою економікою, та досвід розвинених країн світу свідчить, що план і ринок взаємозв'язані й доповнюють один одного. Кожен з них має свою сферу впливу на економіку і свої методи її регулювання. Планування дає змогу виявити проблеми, що існують на ринку, і намітити необхідні заходи для їх подолання у майбутньому. Однак неможливо абсолютно точно передбачити всі параметри економічної системи, яких буде досягнуто на практиці, адже формування плану завжди відбувається в умовах інформаційної недостатності. І саме ринок має можливість скоригувати економічні процеси і привести їх до необхідної рівноваги. План в умовах ринку і самостійності підприємств має забезпечити насамперед ритмічність виробництва, одержання стабільних доходів і стійке фінансове становище підприємств.

Серед галузей агропромислового комплексу України найважливішою є зернове господарство. Це основа всього сільськогосподарського виробництва. Зернове господарство країни формує продовольчий фонд, забезпечує тваринництво фуражним зерном, створює резервні державні запаси зерна, формує певну частку експорту.

На даний момент кожне підприємство зацікавлене у підвищенні ефективності свого виробництва з метою отримання більших врожаїв, а в кінцевому результаті – отримання високих прибутків.

Рослинницька галузь, зокрема, виробництво зерна, займає важливе місце в економіці підприємства. Підвищення економічної ефективності зернового виробництва в умовах ТОВ «АФ Хоружівка» передбачає збільшення виробництва і поліпшення чіткості зерна, забезпечення більшої сталості зернового господарства і ефективності використання його виробничих ресурсів. Основним напрямом подальшого розвитку зернового господарства є інтенсифікація виробництва зерна на основі внесення оптимальної кількості органічних і мінеральних добрив, розширення посівів високоврожайних сортів і гібридів, впровадження комплексної механізації, інтенсивних та індустріальних технологій, застосування прогресивних форм організації і оплати праці з урахуванням кінцевого результату. Велике значення має внесення оптимальних доз мінеральних добрив, які в конкретних природно-економічних умовах забезпечують найбільш повне використання потенційних можливостей високоврожайний сортів і гібридів зернових культур. Інтенсифікація зернового господарства неможлива без комплексної механізації виробництва зерна. Вона є основою впровадження інтенсивних та індустріальних технологій вирощування зернових культур і забезпечує зростання продуктивності праці при виробництві зерна. Забезпеченість господарства надійною системою машин дає змогу якісно і в оптимальні агротехнічні строки виконувати всі види робіт, що сприяє підвищенню врожайності зернових культур і значно зменшує втрати зерна. Економічна ефективність інтенсивних технологій визначається порівнянням додаткових виробничих витрат і додатково одержаної продукції і характеризується зростанням окупності додаткових витрат у зерновому виробництві. Як показує досвід, вказану проблему неможливо вирішити без використання сучасних програмних засобів, комп'ютерних технологій та можливості розробки багатовимірних моделей розвитку бізнесу. Впровадження програмних засобів для вдосконалення планування виробництва зернових культур в умовах ТОВ «АФ ХОРУЖІВКА» дозволяє: зменшити затрати праці працівників планово-економічних служб без зміни комп'ютерів у господарстві, перекваліфікація персоналу при цьому є незначною, так як необхідне вивчення декількох вузькоспеціалізованих програм. Характеризуючи дане підприємство, можна сказати, що воно має достатні перспективи і ресурси для вдосконалення планування та покращення ефективності виробництва зернових культур засобами новітніх інформаційних технологій. В сучасний період економічних криз та нестабільності розвиток зернового господарства неможливий без впровадження досягнень науково технічного прогресу, використання новітніх технологій інформаційних технологій, високоврожайних сортів, внесення науково-обґрунтованих обсягів органічних і мінеральних добрив, пестицидів тощо. Особливе значення має планування сільського господарства, що є важливою умовою впровадження інтенсивних технологій виробництва зернових сільськогосподарських культур.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ОСНОВІ ERP-СИСТЕМИ

Коропок Ю.І., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент В'юненко О.Б.

У процесі діяльності сучасних підприємств стає необхідним вирішення ряду задач, таких як:
- управління ефективністю підприємства на основі системи корпоративних показників;
- бюджетування і консолідація;
- облік і звітність;
- управління виробництвом;
- управління запасами і ланцюжками постачань;
- управління персоналом;
- управління якістю;
- підвищення лояльності клієнтів;
- управління продажами та ін.

Для вирішення вищезгаданих задач і призначена інформаційна система класу ERP. Це інтегрована система на базі інформаційних технологій для управління внутрішніми і зовнішніми ресурсами підприємства (значимі фізичні активи, фінансові, матеріально-технічні і людські ресурси). Застосування системи сприяє потокам інформації між всіма господарськими підрозділами усередині підприємства і надає інформаційну підтримку зв'язків з іншими підприємствами. Побудована, як правило, на централізованій базі даних, ERP-система формує стандартизований єдиний інформаційний простір підприємства.

У основі ERP-систем лежить принцип створення єдиного сховища даних, що містить всю корпоративну бізнес-інформацію і що забезпечує одночасний доступ до неї будь-якої необхідної кількості співробітників підприємства, наділених відповідними повноваженнями. Загалом, сучасна ERP-система складається з наступних елементів:
- модель управління інформаційними потоками на підприємстві;
- апаратно-технічна база і засоби комунікацій;
- система управління базами даних, системне програмне забезпечення;
- набір програмних продуктів, що автоматизують управління інформаційних потоків;
- регламент використання і розвитку програмних продуктів;
- інформаційні і забезпечуючі служби;
- користувачі програмних продуктів.

До основних функцій ERP-систем, які використовуються на підприємствах харчової промисловості, можна віднести наступні:

- ведення конструкторських і технологічних специфікацій, що визначають склад виробів, а також матеріальні ресурси і операції, необхідні для їх виготовлення;
- формування планів продажів і виробництва;
- планування потреб в матеріалах і комплектуючих, термінів і об'ємів постачань для виконання плану виробництва продукції;
- управління запасами і закупівлями: ведення договорів і реалізація централізованих закупівель;
- забезпечення обліку і оптимізації складських і цехових запасів;
- планування виробничих потужностей від укрупненого планування до використання окремих верстатів і устаткування;
- оперативне управління фінансами, включаючи складання фінансового плану і здійснення контролю його виконання, фінансовий і управлінський облік;
- управління проектами, включаючи планування етапів і ресурсів.

Використання ERP-систем у діяльності сучасних підприємств є досить актуальним, адже це дозволяє використовувати одну інтегровану програму замість декількох розрізнених. Єдина система може управляти обробкою, логістикою, дистрибуцією, запасами, доставкою, виставлянням рахунків-фактур і бухгалтерським обліком. Система розмежування доступу, що реалізовується в ERP-системах, до інформації призначена (у комплексі з іншими заходами інформаційної безпеки підприємства) для протидії як зовнішнім погрозам (наприклад, промисловому шпигунству), так і внутрішнім (наприклад, розкраданням). Впроваджені разом з CRM-системою і системою контролю якості, ERP-системи націлені на максимальне задоволення потреб підприємства.

Інколи ERP складно або неможливо адаптувати під документообіг компанії і її специфічні бізнес-процеси. Насправді, будь-якому впровадженню ERP-системи передує етап опису бізнес-процесів підприємства, найчастіше зв'язаний з подальшим етапом бізнес-реінжинірінга. По суті ERP-система являє собою віртуальну проекцію підприємства.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ЗЕРНА НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Боряк М.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. “Менеджмент організацій”
Науковій керівник: к.е.н., доцент В’юненко О.Б.

Для того, щоб вітчизняний зерновий ринок розвивався за цивілізованих умов, зерно має бути якісним і правильно облікованим, зберігатися належним чином на сертифікованих зерносховищах. Станом на 25 серпня в Україні нараховується близько 600 сертифікованих елеваторів загальною потужністю більш як 30 млн. тонн. Проте поняття кількості сертифікованих елеваторів дуже відносне. Адже вона щодня змінюється – одні об’єкти відмовляються від сертифікації, нові вводяться в дію тощо. Також існує безліч приватних несертифікованих зерносховищ. Адже не всі місткості для зберігання зерна підлягають обов’язковій сертифікації. Якщо суб’єкт господарювання зберігає на елеваторі власне зерно і не планує надавати послуги з його приймання та зберігання, він може такий об’єкт не сертифікувати, якщо ж він має намір надавати такі послуги, йому слід звернутися до обласної Державної хлібної інспекції. Якість зерна позначається на його конкурентоспроможності та, відповідно, ціни продажу. Цьогорічний урожай зернових не дуже хорошої якості, причому не тільки в Україні, а й у наших найближчих сусідів Росії і Білорусії, крім цього переважна частина зібраного – фуражне зерно. Слід зазначити, що, в першу чергу, це залежить від товаровиробника. Якщо він хоче мати якісне зерно, має дотримуватися технології, вносити в повному обсязі мінеральні добрива та ЗЗР. Усе починається з посівного матеріалу та дотримання технологій. Зернова домішка в середньому по Україні в межах норми, але у північних та західних областях чимала кількість пророслого зерна. Також на сьогоднішній день дуже важливими є питання впровадження систем контролю якості і безпеки зерна та продуктів його переробки; їх збереженню; обліку зерна; сучасних засобі захисту від шкідників; контролю за правильністю розрахунків хлібоприймальних підприємств за зерно; законодавчого, нормативного і технічного забезпечення; міжнародних і національних стандартів; митних вимог; питання сертифікації і акредитації. Властивості, що становлять якість продукції, характеризуються за допомогою безперервних або дискретних величин, вони можуть бути абсолютними, відносними або питомими, а їх значення залежать від умов і методів їхнього визначення. Одною із основних проблем з якою зіштовхуються працівники елеваторів при контролю якості зерна, полягає в тому, щоб визначити скільки партій потрібно досліджувати, щоб бути впевненими, що вони мають прийнятну якість. Тому для побудови контролю якості зерна необхідно використовувати елементи інтерактивного контролю якості, що дозволить окрім проведення аналізу карт контролю якості також обчислювати інші критерії та статистики. Ці розрахунки можуть бути виконані у вигляду програмної надбудови існуючої автоматизованої системи управління елеватором, особливістю якої є організація роботи в реальному режимі часу. Така автоматизована система управління технологічним процесом контролю якості дозволить досліджувати характеристики сировини за допомогою різних карт контролю якості і оперативно аналізувати причини появи відхилення від встановлених специфікацій. Також крім стандартних процедур побудови контрольних карт може бути використано цілий ряд статистичних методів, які дозволять створювати плани вибіркового контролю, організувати повторюваність і відтворюваність вимірів, а також оцінювати надійність і функції ризику. Сучасне ефективне виробництво неможливо уявити без автоматизованих систем управління технологічними процесами і систем контролю якості продукції, на верхньому рівні яких застосовують системи типу SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition - «супервізорний контроль та збір даних»), що забезпечують отримання та візуалізацію інформації від програмованих контролерів розподілених систем управління. Зважаючи на зростаючої потреби у комплексній автоматизації виробництв, нагальною проблемою є також аналіз технологічного процесу з метою виявлення доцільності впровадження засобів контролю та управління, здійснення оптимального вибору технічних засобів контролю та управління, а так само розрахунку оптимальних параметрів регулювання. Вирішити ці складні завдання дозволяє імітаційне моделювання технологічних процесів, а сучасні SCADA-пакети дозволяють, використовуючи потужні інструментальні засоби, побудувати імітаційні моделі, які максимально точно описують реальні процеси. Згодом імітаційна модель допускає перенастроювання параметрів для спільної роботи з пристроями нижнього рівня (логічними контролерами, датчикам, виконавчими механізмами) і стає придатною для впровадження у виробництво в якості робочої системи диспетчерського контролю та збору даних. На підприємствах що займаються виробництвом і обслуговуванням витрати на задоволення очікуваного споживача в області якості складає значні суми, які в дійсності не знижують величину прибутку, тому витрати на аналіз якості повинно бути виявлені оброблені і представлені керівництву подібно іншим витратам. Представлення такої інформації повинно бути наглядним і безперервним, хоча реєстрація і підрахунок загальних витрат пов’язаний з якість це вже відпрацьована процедура, але на сьогоднішній день вміло організований аналіз якості може стати джерелом значної економії для підприємства, а також може підвищити імідж підприємства в очах потенційних клієнтів.

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Макаренко А.В., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент В'юненко О.Б.

Управління сільськогосподарським підприємством на основі комп'ютерних технологій – невід'ємна складова об'єктивного процесу інформатизації сучасного суспільства. Поява інформаційних систем на сільськогосподарських об'єктах пов'язана зі значним зростанням обсягу інформації, ускладненням у ринкових умовах зв'язків, появою нових задач, методів і засобів управління. Існує безліч наукових і практичних розробок, спрямованих на підвищення окупності вкладених у сільське господарство. Проте всі вони розрізнені, тобто немає комплексного підходу до використання накопичених знань і фахівцям важко виробити правильне рішення. До найбільш характерних галузевих пакетів прикладних програм можна віднести наступні:

1. Програма «Зведене планування в сільському господарстві» призначена для розрахунку планової собівартості продукції сільського господарства і аналізу структури виникаючих витрат. Основою планування собівартості продукції є заповнення технологічних карт тваринництва і рослинництва в розрізі окремих технологічних операцій. Обґрунтовується і розраховується потреба у всіх видах ресурсів, як в натуральних, так і у вартісних показниках.

2. Система «Бюджетного планування підприємств АПК» призначена для річного планування господарської діяльності сільськогосподарського підприємства. Вона включає техніко-економічне планування, розрахунок собівартості продукції рослинництва, тваринництва і промислового виробництва, отримання прогнозного балансу, бюджету доходів і витрат, бюджету руху грошових коштів і інших операційних бюджетів.

3. «АРМ агронома» здійснює вирішення задач по внесенню добрив, захисту рослин від хвороб і шкідників, може використовуватися фахівцями різного рівня: агрономами теплиць, керівниками відділів, головним агрономом, директором підприємства.

4. Автоматизована система управління ресурсами (АСУР) «Агронавігатор» призначена для вирішення завдань ресурсозбереження в сільськогосподарському виробництві. За основу обчислювального апарату взяті дослідження вітчизняних експертів у галузі сільськогосподарських та економічних наук.

Системи АСУР - комп'ютерні програми, які дозволяють будувати ефективний агробізнес за рахунок застосування комплексного підходу при вирішенні стратегічних, тактичних і оперативних управлінських рішень. Ці програми дозволяють створити оптимальну модель господарства виходячи з конкретних природних і економічних умов виробництва. Моделювання дасть змогу підвищити економічний ефект виробництва. За допомогою автоматизації госпрозрахункових завдань та бізнес-проектів на 90-95%, досягається підвищення продуктивності спеціалістів у 10-12 разів.

За допомогою системи АСУР стає можливо ефективно виконувати наступні операції:

- розрахувати витрати матеріальних, грошових і трудових ресурсів по кожній культурі, полю, бригаді та господарству в цілому;
- забезпечити позитивний баланс гумусу та розробити раціональну систему добрив і підтримання родючості ґрунту;
- розробити технологічні карти виробництва продукції рослинництва та визначити потребу в сільськогосподарській техніці по днях або п'ятиденках.

Застосування системи АСУР дозволяє комплексно використовувати розробки та дані різних служб (агрономічних, зоотехнічних, інженерних, економічних, бухгалтерських та ін), підвищити оперативність управління, мобільність фахівців і керівників. В наших системах за критеріями у відповідності до потреб сільськогосподарських підприємств та їх можливостей можуть бути визначені: вартість придбання (розробки); вартість навчання персоналу для роботи з системою; ступінь пристосованості до планування в сільському господарстві; простота використання; вартість налаштування під конкретне виробництво. Ми можемо впевнено відмітити, що кошти, витрачені на впровадження систем АСУР окупляться за досить короткий проміжок часу.

Використання нових інформаційних технологій у сучасних умовах функціонування галузі обов'язково пов'язується з персоналізацією технічних засобів обчислювальної техніки, організацією автоматизованих робочих місць, автоматизацією збору та реєстрації інформації, переходом на переважно безпаперову документацію, використання розподілених баз даних, ефективних засобів комунікації, локальних і глобальних мереж. Лише комплексний підхід до формування інформаційних технологій може забезпечити суттєві зрушення в управлінні сільськогосподарським виробництвом. Тепер практично не існує труднощів з придбанням основних видів технічних і програмних засобів перетворення інформації, але поки що існує гостра організаційна проблема, до якої через дефіцит коштів у виробників сільськогосподарської продукції додається ще і економічна, але ці проблеми взаємопов'язані і можуть бути вирішені на основі комплексного підходу до автоматизації управлінських процесів на сільськогосподарських підприємствах.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Редковець В.С., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Інформаційні системи в менеджменті»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Смоляров Г.А.

Будь-яким підприємством необхідно управляти. Сьогодні керівників підприємств дедалі частіше називають словом "менеджер", а те, чим вони займаються - менеджмент. Менеджмент - функція, вид діяльності з керівництва людьми в різних організаціях, а також галузь людських знань, які допомагають здійснити цю функцію.

В області менеджменту інформаційні комп'ютерні системи відіграють сьогодні досить велику роль. Для керівника підприємства інформаційна система — це засіб, що допомагає в ефективному управлінні. Комп'ютерні системи дають змогу аналізувати і порівнювати інформацію за лічені секунди, за допомогою певних програм можна швидко простежувати динаміку розвитку даних, полегшується зв'язок із співробітниками чи клієнтами, зростають можливості керуючого персоналу.

Якість інформаційних систем визначається їхньою надійністю та ефективністю. При їх функціонуванні на об'єкті управління створюються реальні умови для вдосконалення форм і методів управління. Це пояснюється тим, що сучасні методи збирання й обробки в ритмі виробництва, зберігання та передавання користувачам інформації ґрунтуються на використання високоефективних ПЕОМ, об'єднаних локальними обчислювальними мережами, та застосуванні передових інформаційних технологій.

Одим з напрямів вдосконалення менеджменту є впровадження інформаційних систем є система автоматизованого збирання та обробки інформації. В ній застосовується інформаційна технологія. В рамках цієї системи створюється система об'єктивного інформаційного забезпечення менеджменту, яка за допомогою механізму оперативного інформування автоматично чи автоматизовано на об'єкті управління забезпечує менеджерів і фахівців усіх рівнів необхідною інформацією, відповідно до їхніх повноважень, функціональних обов'язків, посадових прав і міри відповідальності.

При функціонуванні цієї системи на об'єкті управління створюються умови, при яких є можливість менеджерам займатися творчою працею, здійснювати своєчасний контроль за виконанням прийнятих рішень, а також удосконалювати форми і методи управління тощо.

Одним із напрямків удосконалення процесу управління є вдосконалення форм і методів збирання первинної інформації, яка є основою для інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень. Тому від своєчасності збирання вірогідної інформації, залежить якість і своєчасність керування виробничими процесами і господарською діяльністю підприємства в цілому.

Наприклад ПЕОМ, що використовується як АРМ там, де виникає масова первинна інформація можна значно вдосконалити форми і методи збирання цієї інформації за рахунок автоматизації процесу. Такий підхід до організації збирання фактичної інформації дає змогу здійснювати без паперове (на екран, а потім і в пам'ять ПЕОМ) одноразове оперативне збирання і фіксування вірогідної первинної інформації та її попередню обробку в ритмі виробництва, а потім передавати цю інформацію в такому самому ритмі всім користувачам для використання.

Зібрана таким чином оперативна інформація є не лише спільною для всіх користувачів, а й вірогідною, а тому вона може бути використана і для господарського (бухгалтерського) обліку.

Слід зазначити, що в умовах дії системи автоматизованого збирання та обробки інформації на ПЕОМ (АРМ) принципова відмінність нової форми обліку від тих, що діють, полягає в тому, що автоматизований обліковий процес починається не з обробки первинних документів, а з одноразового (в ритмі виробництва) запису на магнітний носій (пам'ять ПЕОМ) усіх первинних даних, які виникають при виробничо-господарській та іншій діяльності. Ці дані обробляються, передаються каналами зв'язку користувачам різних рівнів, а тоді зберігаються певний час. Видача обробленої інформації користувачам усіх рівнів здійснюється в різних режимах, за різними формами й на різних носіях, за будь-який період часу і за станом на будь-яку дату, а також — про різні об'єкти інформації. При цьому фактична інформація може видаватися після її обробки в порівнянні зі зведеними нормативними, плановими та іншими даними, із записаними натуральними відхиленнями і відносними величинами та іншими показниками. Така інформація може використовуватися в економічному аналізі та для прийняття управлінських рішень.

Система автоматизованого збирання й обробки, а також зберігання інформації в базі (базах) даних істотно впливає на методи складання встановленої зведеної звітності.

При системній обробці інформації і широкому застосуванні ПЕОМ як АРМ користувачів різних рівнів, треба створювати нові форми та раціональніші методи управління підприємством. Одним з таких напрямків удосконалення форм управління може бути, наприклад, об'єктно-цільовий підхід із закінченим циклом управління при визначенні організаційної структури, нових прав і обов'язків, а також міри відповідальності за виконання своїх посадових функцій менеджерами і фахівцями різних рівнів.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ПЕРЕРОБНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Зубаренко Р.Є., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Смоляров Г. А.

Функціонування підприємств в умовах формування ринкової економіки потребує від керівників і фахівців уміння бачити перспективи, приймати обґрунтовані стратегічні маркетингові рішення, що будуть сприяти зростанню їх конкурентоспроможності. Одним з основних напрямів виходу підприємства з кризового стану є його маркетингова діяльність.

Маркетинг як філософія сучасного бізнесу означає орієнтацію підприємств і фірм на проектування, виробництво та збут товарів, що задовольняють попит споживачів і відповідають їхнім певним запитам. Якість управління і прийняття маркетингових рішень безпосередньо пов'язані з наявністю повної, актуальної й достовірної інформації про ринок, попит на товари, смак споживачів, ринкову кон'юнктуру, дії конкурентів тощо, а також про показники діяльності об'єкта управління. Значні обсяги інформації, яка пов'язана з оперативними розрахунками, пошук і надання маркетологам відповідної інформації для прийняття рішень вимагають необхідності використання сучасних інформаційних технологій.

При управлінні підприємством виникає проблема, щодо браку інформації при прийнятті управлінських рішень. Часто керівник, або використовує власну інтуїцію, або, якщо ризик дуже високий, проводить дослідження на основі яких отримує інформацію необхідну для обґрунтування рішень. В багатьох випадках керівник отримує достовірну інформацію, але в пізні строки. Але можна використати й інший шлях – це застосування маркетингової інформаційної системи (МІС), завдяки якій керівники і спеціалісти підприємства завжди будуть готові до прийняття вчасних рішень.

Запровадження інформаційної системи на ТОВ «Лебединський м'ясокомбінат» дозволяє побудувати ідеальний інструмент запиту та отримання повного об'єму інформації щодо поточного стану справ в кожній із ланок виробничого ланцюга чи всієї системи в цілому. Завдяки інформаційній системі менеджмент може регулярно отримувати звіти в доступному вигляді, що дозволяє систематизувати, аналізувати та зберігати інформацію, аби зрештою приймати найбільш правильні й адекватні управлінські рішення.

На сьогоднішній день на багатьох підприємствах переробної галузі впроваджуються інформаційні системи, в яких, в основному, вирішуються задачі бухгалтерського і фінансового обліку, аналізу та планування. А рішення задач маркетингу залишається не реалізованими. Це ставить перед сучасними спеціалістами з маркетингу завдання впровадження комп'ютерних технологій в свою діяльність.

Маркетингова інформаційна система – це налагоджена система збору, трансформації й аналізу даних підприємства (об'єми виробництва та продажів, строки поставок, ціни, виручка, видатки, тощо), а також відомостей із зовнішнього середовища (тенденції ринку, успіхи, провали й невдачі конкурентів, тощо).

В класичному варіанті маркетингова інформаційна система складається з чотирьох блоків-підсистем:

- внутрішньої звітності;
- збору поточної зовнішньої маркетингової інформації ;
- маркетингових досліджень ;
- аналізу маркетингової інформації.

Маркетингова інформаційна система спирається на:

- внутрішні данні компанії;
- данні про зовнішнє середовище, в якому функціонує компанія;
- данні про макросередовище (соціальні, економічні, політичні та технологічні фактори), данні про мікросередовище (цільові ринки та аудиторії, клієнти, постачальники, посередники, конкуренти);
- данні системних маркетингових досліджень (SWOT-аналіз, анкетування, збір статистичних даних, фокус-групи, тощо);
- аналітичні данні (статистика, аналіз, прогноз щодо конкретних сегментів та галузі в цілому).

Головною метою впровадження МІС на ТОВ «Лебединський м'ясокомбінат» є підвищення якості маркетингу, забезпечення фахівців необхідною інформацією для прийняття маркетингових рішень. Результатом впровадження МІС буде доведення до кожного користувача (керівника, фахівця) інформації, що по суті дасть можливість ефективно виконувати функції і процедури керування. Ефективне використання маркетингової інформації можливе тільки за умови формування інформаційної системи маркетингу, необхідність формування якої пов'язана з сучасною концепцією маркетингу. В даний час приділяється багато уваги автоматизації управлінської діяльності, але систем, які врахували б потреби саме маркетингу практично не існує.

РОЗВИТОК ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНОВИХ ТА ЗЕРНОБОБОВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Вавулін О.І., к.е.н., доцент

Розвиток агропромислового комплексу в нашій державі потребує невідкладного наукового обґрунтування економічних відносин між суб'єктами господарювання. Теоретичне узагальнення шляхів реформування, подолання економічної та фінансової кризи, вибір правильних орієнтирів економічного розвитку АПК показує, що без забезпечення продовольчих ресурсів у країні це завдання реалізувати неможливо.

В Україні у проведених дослідженнях, в яких започатковано розв'язання проблеми забезпечення високоякісними продуктами харчування, ще недостатньо враховані нові умови господарювання на селі. А для здійснення цього, орієнтація країни на Європу потребує прискореного розвитку економіки й підвищення рівня життя населення, що в майбутньому дасть змогу досягти необхідних соціальних стандартів. Йдеться про те , щоб питома вага оплати праці була у ВВП на рівні 55-65%, а співвідношення мінімальної та середньої заробітної плати – не нижче 55%. Нині в окремих країнах ЄС і США розвиток продуктивних сил досяг такого рівня, що продуктивність праці в США вища від цього показника в Україні майже у 10 разів, в Англії – майже в шість, у Німеччині – понад шість, у Франції – майже у вісім разів.

Співвідношення оплати праці у розвинутих країнах із ринковою економікою в доларовому еквіваленті, наприклад у США, вища від оплати праці в Україні майже в 12 разів, у Франції – відповідно майже в дев'ять, у Німеччині та Англії – майже у вісім разів.

Для кардинального здійснення високоефективного сільськогосподарського виробництва має бути гарантія забезпечення країни в необхідній кількості високоякісними продуктами харчування. В усьому світі продовольчій безпеці на державному рівні приділяється велика увага. До цієї проблеми привернута також велика увага вітчизняних і зарубіжних науковців.

Зерновий комплекс України нині забезпечує потреби внутрішнього споживання і в кращі за врожайністю роки здатний експортувати не менше 10-15 млн т зернових культур і, насамперед, пшениці. Україна має реальні можливості, передусім за рахунок природної родючості, поліпшення технологій, збільшення кількості внесення добрив, сучасного рівня агротехніки, одержувати врожайність не менше 50ц/га. І отже, скоротити площі під зерновими до 10 млн. га, довести валовий збір зерна до 50 млн т.

Щодо напрямів використання зерна , то для України важливим є нарощування експорту зернових і його розширення. Є всі підстави вважати, що вступ України до СОТ дає можливість експортувати близько 20 млн т зерна, а це відновить статус України як «житниці» не тільки для Європи, але й багатьох інших країн Близького Сходу, Африки і навіть Латинської Америки.

Але стратегічним напрямом щодо зернового комплексу залишається зростання обсягів фуражного зерна як основи відродження й розвитку тваринницької галузі, розв'язання продовольчої безпеки по м'ясних і м'ясо-молочних продуктах.

«Зернове питання» для України с кожним роком стає дедалі актуальнішим, зазначив у своїй доповіді голова Комітету з питань аграрної політики та земельних відносин Микола Присяжнюк, воно вже перемістилося у площину політичних спекуляцій. Ситуація сьогодні така, що мусимо визнати: країна справді не здатна стратегічно використовувати переваги великих урожаїв, не спроможна забезпечити логістику, транспортне та маркетингове супроводження. Тому і не доотримує держава мільярди валютної виручки від повноцінної участі у світовій зерновій торгівлі.

Нині Україна за своїми кліматичними умовами , якістю грунтів, трудовим потенціалом, традиціями сільгоспвиробництва, безумовно, може бути провідним сільгоспвиробником зернових у Європі, а потенційно – провідним світовим експортером цієї продукції. Одним із головних чинників у цьому аспекті є ефективна система організаційно-економічних механізмів координації національного зернового ринку. Впровадження такої системи має стати основною функцією національного зернотрейдера, створення якого в Україні абсолютно реальне. Зробити це можна на основі трьох структур: Аграрного фонду, ДАК «Хліб України» та Держкомрезерву.

Саме національний зернотрейдер з відповідною матеріально-технічною базою зможе впорядковано займатися збільшенням обсягів закупівлі і реалізації зерна на внутрішньому ринку, обсягів експорту зерна, модернізацією і будівництвом нових елеваторів і портових терміналів. Адже розвиток елеваторних потужностей , транспортної і портової інфраструктури є найважливішою умовою підвищення інвестиційної привабливості аграрного сектору і розширення конкурентних переваг України на продовольчих ринках.

Україна має значний потенціал для перетворення зернового господарства у високоефективний, експортоспроможний сектор економіки.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ

Козіка Д.С., студ. 5 курсу МЛ, спец.«Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Глазун В.В.

Сучасний етап розвитку логістики характеризується створенням великої кількості професійних організацій. Це зв'язано з тим, що мистецтво логістики розвивається настільки стрімко й швидко, що професіоналам приходиться постійно займатися самоосвітою. Застосування логістики значно підвищує продуктивність праці як у сфері обігу, так і у сфері виробництва. Роль сучасної логістики значно підвищує продуктивність праці як у сфері обігу, так і у сфері виробництва. За оцінками фахівців, з початку 1980-х р.р. у США в щорічному загальному збільшенні продуктивності праці (5-6%) половина (2,5 -3 %) досягається за рахунок поширення логістики. Установлено, що скорочення на 1% логістичних витрат еквівалентно майже 10%-ному збільшенню обсягу продажів. Наскрізний моніторинг матеріального потоку, за даними Європейської асоціації, забезпечує скорочення запасів на 30-70%; за даними промислової асоціації США - на 3 - 50%. На думку фахівців (експертна оцінка), застосування логістики дозволяє: знизити рівень запасів на 30 - 50%; скоротити час руху продукції на 25-45%; скоротити повторні складські перевезення в 1,5-2 рази; скоротити витрати на автоперевезення на 7-20%, на залізничні - на 5-12%.

Глобальна господарська діяльність — це поки ще освоювана «територія», для якої характерна зростаюча потреба в логістичному менеджменті.

Сьогодні інформаційні технології є головним джерелом росту продуктивності і конкурентноздатності.

Глобальні маркетингові і логістичні операції дозволяють компаніям домогтися ринкового росту, значної економії за рахунок масштабів діяльності і підвищення прибутковості. На світовому ринку підсилюється роль логістики і зростає значення логістичного менеджменту.

Глобальні маркетингові і логістичні операції дозволяють компаніям домогтися ринкового росту, значної економії за рахунок масштабів діяльності і підвищення прибутковості. На світовому ринку підсилюється роль логістики і зростає значення логістичного менеджменту. Логістика, у свою чергу, повинна відповідати на це зусиллями, спрямованими на виявлення всіх наявних ринкових можливостей і удосконалювання системи прийняття рішень.

Інформаційна система — це певним чином організоване сукупність взаємозалежних засобів обчислювальної техніки, різних довідників і необхідних засобів програмування, що забезпечує рішення тих або інших функціональних задач. У сьогоднішній логістиці персональний комп'ютер (ПК) поширився майже повсюдно. Завдяки мініатюризації і підвищенню потужності обчислювальної техніки сучасні інформаційні технології стали доступні не тільки менеджерам.

Експертні системи являють собою економічний і спосіб виявлення, уточнення і поширення передового досвіду управлінських рішень. Ці системи забезпечують єдину схему оформлення питань і відповідей, використовуваних експертами для рішення аналітичних і оперативних проблем. Експертні системи дозволяють зробити знання одного фахівця надбанням багатьох працівників, що збільшує погодженість, точність і продуктивність операцій за всією мережею.

Програмне забезпечення експертних систем у логістиці створює і накопичує логістичну «базу знань» у формі евристичних правил, загальних принципів прийняття рішень, контрольних параметрів і логічних схем зовсім так само, як звичайні комп'ютерні програми накопичують числову інформацію в базах даних. При цьому програмне забезпечення експертних систем набагато легше піддається відновленню, модифікації і розширенню, ніж звичайні комп'ютерні програми.

У логістиці ЄС знаходять застосування в тих випадках, коли накопичені досвід і знання здатні підвищити рентабельність активів. У число задач, розв'язуваних за допомогою ЕС, входять вибір перевізників, міжнародний маркетинг і глобальна логістика, управління запасами і проектування інформаційних систем. Удосконалювання засобів зв'язку значно підвищує ефективність інформаційних технологій у логістиці. У минулому комунікаційні можливості в логістиці були досить обмежені в силу децентралізації операцій постачання і збуту і нездатності підтримувати постійний зв'язок із транспортними засобами е шляху (так що в процесі транспортування і вантажопереробки працівникам доводилось покладатися тільки на попередні інструкції, з менеджерам — сподіватися на те, що ніякі непередбачені події не порушать намічений порядок дій). Іншими словами, через недосконаліть техніки між джерелами інформації, виробленням розпоряджень і реальних операцій існував просторово-часовий розрив. Ситуацію змінила поява низькочастотних радіотелефонів, супутникового зв'язку і технології обробки графічної інформації. Удосконалювання засобів зв'язку значно підвищує ефективність інформаційних технологій у логістиці. Канали супутникового зв'язку відкривають можливість швидко передавати значні обсяги інформації в будь-якій точці Землі.

Збір даних і обмін інформацією критично важливі для логістичного менеджменту.

ВПЛИВ ТРАНСПОРТНОГО ФАКТОРА НА РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ТОВАРІВ

Козіка Д.С., студ. 5 курсу, ФМ спец. «Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Глазун В.В.

В умовах зовнішньоекономічної діяльності транспортний фактор як кількісно визначений елемент у вартості продукції грає важливу, а в ряді випадків вирішальну роль при обґрунтуванні доцільності тієї чи іншої зовнішньоторговельної операції. При цьому транспорт і зовнішньоекономічна діяльність знаходяться в тісному взаємозв'язку і взаємній обумовленості, роблячи великий вплив один на одного, Так, підвищення продуктивності транспортних систем приводить до скорочення питомих транспортних витрат, сприяючи розвитку зовнішніх економічних відносин, утягуючи в сферу міжнародних економічних відносин усі нові і більш віддалені і складні ринки товарів. Разом з тим збільшення масштабів зовнішньої торгівлі і концентрація вантажопотоків на окремих напрямках дозволяють використовувати сучасні транспортні технології, скорочуючи тим самим транспортні витрати на одиницю перевезеної продукції.

Величина провізної плати впливає на встановлення ціни товару, роблячи можливим чи неможливої з економічної точки зору здійснення зовнішньоторговельної операції.

Частка транспортних витрат у ціні товару 31Р в середньому досягає 10-12%, а по окремих товарах коливається від 2-5% (електроніка), до 30-40% (будівельні матеріали). У ряді випадків навіть під час перевезення готової продукції, наприклад, великовагової великогабаритної техніки, у залежності від далекості ринків транспортні витрати зростають до 100% вартості устаткування, а іноді і перевищують її.

У міжнародній торгівлі транспортна складова в ціні товару залежить від кон'юнктури міжнародних товарних і транспортних ринків, ринків посередницьких послуг і виступає як міжнародна договірна (між продавцем і покупцем) частина ціни товару, призначена для покриття транспортних витрат при виконанні угоди, що залежить від умов постачання товару, від найближчих для покупця базисних ринків для аналогічної продукції.

Вплив транспорту на ціни товарів позначається в зміні вартості товару після його доставки. При цьому покупець у залежності від базисних умов контракту може оплачувати витрати за перевезення як у виді "транспортної складовий", якщо товар куплений на умовах його доставки продавцем, так і перевізнику, якщо доставку повинний здійснити сам покупець, У першому випадку покупця не цікавить величина транспортних витрат, оплачуваних продавців перевізнику, але йому небайдужий рівень "транспортної складовий". В другому випадку покупець змушений враховувати витрати за перевезення самим безпосереднім образом, оскільки саме йому має бути укладати договір з перевізником.

Величина транспортних витрат впливає на рішення про закупівлю товару на тім чи іншому ринку як у випадку рівності цін РОВ основного і неосновного ринків, так і у випадку їхньої нерівності. Більш того, покупець може віддати перевагу відносно високій ціні РІВ на ринку 1, якщо рівень транспортних витрат під час перевезення товару з цього ринку буде настільки нижче в порівнянні з витратами по постачанню з ринку 2, що сумарні витрати покупця в першому випадку виявляться нижче.

Додатковий прибуток, що витягається країнами, що знаходяться в сприятливому географічному положенні стосовно імпортерів і мають зручні транспортні комунікації, може бути, названа своєрідною формою ренти по місцеві розташування. Неоднакове місце розташування є джерелом додаткового збагачення країн, що знаходяться поблизу від центрів міжнародної торгівлі, за рахунок країн, розташованих на більш віддаленій відстані, Вплив транспортного фактора складається не тільки в тім, що ціни можуть складатися по-різному в залежності від географічного положення країни-покупця, країни продавця і країн-конкурентів, але й у тім, що доставка товару з деяких ринків у райони споживання може бути здійснена по декількох варіантах перевезення, тобто різними маршрутами і різними видами транспорту. Вплив цін перевезення позначається й у тім, що при продажі товару за ціною, що включає витрати по доставці, продавець несе ризик утрат, зв'язаних з ростом провізної плати. У зв'язку з наявністю такого ризику в контрактах може бути передбачено, що при підвищенні фрахтових ставок понад очікуваний розмір ціна повинна бути змінена, а у випадку незгоди покупця компенсувати різницю у фрахті продавець у праві розірвати договір.

Факторами, що визначають на якій ціні (з чи доставкою без її) і в яких пропорціях відіб'ється зменшення фрахтової ставки, варто вважати ступінь монополізації ринку, еластичність попиту на товар і його пропозицію за ціною, частку даної країни у світовому експорті відповідного товару, наявність замінників товару. Іншими словами, за інших рівних умов, чим більше названа частка і чим уже коло замінників, тим більше імовірність існування причинно-наслідкового зв'язку між зниженням ціни перевезення з портів країни-експортера і зменшенням ціни товару з доставкою на іноземний ринок і тим менший ступінь впливу падіння фрахту на ціну "РІВ порт країни експортера.

У цих умовах питання про відображення транспортних витрат у цінах на продукцію здобуває інший зміст. При відсутності купівлі-продажу перевезеного вантажу, а також фіксованої і ринкової ціни на перевезення проблема зводиться до виявлення покупцем реальних витрат на транспортування власником транспортних засобів і суб'єктивних дій останнього по формуванню ціни на свою продукцію.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Глазун В.В., к.е.н., доцент

Орієнтація розвитку економіки України в напрямі широкомасштабного впровадження ринкових відносин, прагнення якнайшвидшої інтеграції у світове, передусім європейське економічне співтовариство, вимагає радикальних структурних змін економічного потенціалу країни та інтегрованої політики підвищення ефективності його використання.

У цьому аспекті досвід передових розвинутих країн засвідчує в якості пріоритетного чинника наявність інфраструктурного забезпечення функціонування макросистем, якими є ринок товарів, ринок капіталів, ринок послуг тощо, та мікросистем, зокрема, виробничих підприємств з високим рівнем механізації основних процесів. Вагомою складовою інфраструктурного забезпечення функціонування економіки є її логістична складова – інфраструктура транспортних, складських, пакувальних, комунікаційних, маніпуляційних та інших процесів.

Логістична інфраструктура підприємства повинна бути спроможною виконувати дуальну функцію: з однієї сторони забезпечити якісне й ефективне функціонування системи виробництва, а з другої сторони - оптимально впливати за рахунок внутрішніх резервів на формування рентабельності авансованого капіталу.

З погляду Є.В. Крикавського логістична інфраструктура підприємства – це сукупність елементів, що виконують важливі логістичні завдання і забезпечують здійснення логістичних процесів. Він розглядає логістичну інфраструктуру, як цілісну систему управління (сукупність будівель, споруд з необхідним обладнанням для складування продукції, транспортні та маніпуляційні засоби, засоби пакування, засоби отримання, передачі та обробки інформації). Логістичні процеси, основною метою яких є переміщення матеріального потоку, супроводжуються різноманітною інтегрованою інфраструктурою, яка при логістичному управлінні виконує наступні завдання:

- складування продукції, за допомогою складських будинків та споруд;
- переміщення продукції, за допомогою транспортних і маніпуляційних засобів;
- захист продукції, за допомогою системи пакування, що поза тим дає можливість модернізації транспортних засобів, передачу інформації тощо;
- перетворення інформації логістичних процесів.

Проектування інфраструктурної мережі - найперший обов'язок логістичних менеджерів, бо ця мережа забезпечує доставку продуктів і матеріалів споживачам. Визначення необхідної кількості об'єктів кожного типу, їх географічного розташування та господарських функцій складає істотний елемент всієї діяльності з формування (проектування) логістичної інфраструктури. В особливих випадках ведення операцій на таких підприємствах може бути передано стороннім фахівцям, які надають відповідні послуги. Незалежно від того, хто реально виконує цю роботу, всі інфраструктурні підрозділи повинні розглядатися в процесі управління як інтегровані елементи логістичної системи фірми.

Сам процес формування системи управління логістичною інфраструктурою підприємства не може розглядатися окремо від його логістичної системи, певного логістичного ланцюга. Тому систему управління логістичною інфраструктурою необхідно вважати функціональною підсистемою підприємства, яка враховує його особливості, специфіку діяльності й потенційні можливості.

Як критерій ефективності функціонування логістичної інфраструктури використовують співставлення обсягу інвестиційних видатків на логістичну інфраструктуру та величину доходу підприємства з рівнем логістичних витрат.

Проблема полягає в тому, що в Україні логістичні витрати не виділяються як окрема стаття витрат підприємства та не відображаються в цій якості на його рахунках. Згідно теорії та практики з оцінки витратоємності виробничої діяльності підприємства до загального обсягу логістичних витрат відносять кошти транспортування, складування та обслуговування запасів, кошти процесу замовлень, упакування та кошти адміністрування.

В господарській практиці виділення цих коштів (логістичних) з інших рахунків має характер індивідуальний і часто здійснюється довільним чином. З іншої сторони, саме в цій сфері логістичного управління можна досягти значних результатів шляхом конфігурації та калькуляції рівня та структури логістичних витрат у такий спосіб, щоб успішно конкурувати на ринку.

Такий ефект досягається використанням новітніх концепцій управління логістичною інфраструктурою, зокрема «lean production » (англ. – бережливе виробництво) та «Kaidzen» та інші, в результаті чого отримують значну економію внаслідок зменшення втрат на організацію логістичних процесів та здійснення ефективного логістичного управління групою працівників, що мають відповідну кваліфікацію.

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ЗДОБУТТІ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ

Вощенко О.О., студ. 5 курсу МЛ, спец.«Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Глазун В.В.

Ознакою трансформації української економіки в економіку ринкового типу є формування конкурентного середовища, наявність якого вимагає від керівництва підприємств-суб'єктів ринку цілеспрямованих дій із забезпечення конкурентних переваг. Можливості традиційних методів вирішення даної проблеми вже вичерпані, що обґрунтовує необхідність упровадження нового підходу для її розв'язання. Як такий підхід у західних країнах уже давно застосовується логістика, основною задачею якої є розробка пропозицій, спрямованих на підвищення ефективності виробництва, збереження та розширення обсягів ринку й одержання переваг перед конкурентами за рахунок раціонального використання оборотних активів, зниження витрат виробництва та скорочення виробничого циклу. В сучасних умовах стає очевидним, що для виживання і збереження довгострокової конкурентоспроможності підприємства повинні постійно адаптувати свою діяльність до умов ринкового оточення. Успіхи чи невдачі вітчизняних підприємств значною мірою зумовлені наявністю чи відсутністю знань специфіки управлінської діяльності. Для досягнення ефективної виробничої діяльності і стійкого фінансового стану підприємства необхідне впровадження нових прогресивних концепцій менеджменту, таких як логістика.

Класична розбудова підприємства організаційно потребує нових функціональних структур дослідження ринку, розвитку товару, технологічної підготовки, регулювання, контролю тощо. У цій схемі виробниче планування та керування системою підпорядковується логістичному плануванню та керуванню, як всеосяжному механізму, який не може бути лише сумою всіх активних функціональних управлінь, а є системно інтегрованим, тобто логістичне планування та керування інтегрує в собі функціональні сфери постачання, транспортування, виробництва, збут продукції.

Завдячуючи логістиці підприємства забезпечують високу конкурентоспроможність своєї продукції за рахунок оптимізації витрат, пов'язаних з виробництвом та реалізацією товарів. Адже цінність логістичного підходу полягає в тому, що він дозволяє реалізувати технологічні та економічні інтереси усіх учасників, що утворюють єдиний ланцюг руху товарів «постачальник – посередник – виробник – посередник - споживач» на принципах системності та оптимальності. Потенціал логістики дозволяє реалізувати цільові установки як фірми, підприємства, так і галузі (відомства) в рамках їх місії, яка є стратегічним фактором в умовах посилення конкуренції. В цьому плані логістичну місію за кордоном часто трактують як правило "семи R-s" або логістичний мікс (по аналогії з маркетинговим міксом "4- P-s"): ensuring the availability of the right product, in the right quantity and the right condition, of the right place, of the right time, for the right customer, at the right cost, що можна перевести як "забезпечення наявності потрібного продукту в необхідній кількості і заданої якості в потрібному місці у встановлений час для конкретного споживача з найкращими (оптимальними) затратами". В правилі "семи R-s" відображені суттєві риси логістичної місії організації бізнесу, ключовими із яких є якість, час і затрати.

Функціональними сферами логістичного управління підприємством є: оптимізація фізичного переміщення матеріалів (формування стратегії, комп'ютерне моделювання та імітація, інтеграція логістичних процесів завдяки організаційним змінам, операційним дослідженням логістичних ланцюгам, багатокритеріальній оптимізації); покращання інформаційних процесів (впровадження сучасних інформаційних технологій, автоматична ідентифікація, сучасна технологія обробки замовлень, електронний обмін інформацією); утримання оптимальних матеріальних запасів; синхронізація інфраструктури логістичних процесів (координація замовлень споживачів із транспортно-складськими та пакувальними процесами, синхронізація роботи внутрішнього та зовнішнього транспорту, пристосування систем автоматичної ідентифікації, інформаційних процесів до потреб логістичного ланцюга); управління загальними логістичними витратами (мінімізація сукупних витрат, впровадження методів контролінгу, ефективне використання просторово-часового потенціалу). Об'єктивною підставою створення логістичних систем є реалізація синергічного ефекту, який може проявлятися у загальному прискоренні матеріального потоку, в зменшенні сукупних витрат, в підвищенні рівня логістичного сервісу, а відтак формуванню додаткових конкурентних переваг.

ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА І ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ

Винник А.А., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник к.е.н., доцент Глазун В.В.

План виробництва та реалізації продукції - основний розділ техпромфінплану підприємства; він визначає головні завдання, що стоять перед промисловим підприємством в плановану періоді. Особливе значення цього плану пояснюється його впливом на інші показники техпромфінплану і на вирішення головної економічної проблеми держави - створення в ньому високої матеріально-технічної бази та забезпечення достатку матеріальних засобів.

При цьому зростання випуску та реалізації продукції потрібної номенклатури та асортименту при виконанні раціональних вимог до її якості і мінімальному рівні витрат виробництва є першорядною справою. При плануванні та обліку виробничої діяльності застосовують наступну уніфіковану класифікацію предметів праці на підприємствах: сировина та матеріали (СМ) - предмети праці, ще не надійшли в обробку, але призначені і підготовлені до виробничого споживання; напівфабрикати (ПФ) - предмети праці, повністю оброблені в одному підрозділі (цеху) і призначені для виробничого споживання в інших підрозділах (цехах) цього підприємства; незавершене виробництво (НП) - предмети праці, що знаходяться в обробці в одному з підрозділі (цехів) підприємства; готова продукція (ГП) - предмети праці, які пройшли всі етапи обробки, передбачені на підприємстві, прийняті відділом технічного контролю, здані на склад готової продукції і призначені для відпустки на сторону.

Обсяг виробництва підприємства на планований період включає: випуск готової продукції; випуск напівфабрикатів; обсяг робіт з капітального ремонту всього виробничого обладнання; випуск продукції побічними цехами; послуги промислового характеру, надані на бік; зміна залишку незавершеного виробництва. Випуск продукції підприємства у плановану періоді включає ці ж складові елементи, за винятком зміни залишку незавершеного виробництва. Отже, обсяг виробництва відрізняється від випуску продукції на величину зміни залишків незавершеного виробництва. Промислові підприємства не тільки виробляють продукцію в потрібному кількості, асортименті і якості, що відповідають запитам споживача, але й забезпечують комерційну діяльність по збуту готової продукції. В умовах ринкових відносин посилюється її роль, ускладнюються завдання. Для організації комерційної діяльності з реалізації готової продукції на підприємствах створюється служба збуту. Організація збуту продукції базується на маркетингових дослідженнях, які є основою всіх маркетингових дій. Такими дослідженнями області збуту є дослідження потреб і попиту на дану продукцію, дослідження місткості ринку, визначення частки підприємства в загальному обсязі продажу продукції даного асортименту, аналіз ринкової ситуації, вивчення можливостей виходу на зовнішній ринок, дослідження динаміки обсягу продажів, аналіз каналів збуту, вивчення думок покупців і споживчих уподобань.

При вирішенні задачі вибору оптимального асортименту продукції в умовах незмінної величини виробничих фондів підприємства або його підрозділу як критерій оптимальності асортименту може бути прийнятий показник прибутку.

При використанні цього критерію цільова функція задачі оптимального асортименту є менш складною, ніж при використанні показника рентабельності підприємства, і в повній мірі відображає ефективність капітальних вкладень: при постійній величині знаменника зміна чисельника буде відображати і зміна показника рентабельності підприємства. Разом з тим показник прибутку як критерій оптимальності асортименту продукції показує зміну як собівартості продукції, так і її оптових цін. Для вирішення завдання вибору оптимального асортименту продукції при незмінних оптових цінах і незмінною величиною виробничих фондів підприємства або його підрозділу як критерій оптимальності асортименту продукції може бути прийнятий показник собівартості всієї що виробляється, тому що він повністю відобразить зміни асортименту. Оптимізація цільової функції досягається максимізацією критерії рентабельності виробництва і прибутку і мінімізацією критерію собівартості всієї вироблюваної продукції. Задача знаходження оптимального асортименту продукції в плановану періоді буде сформульована так. Підприємство (або його окремі підрозділ) при наявних ресурсах (виробничої потужності, кількості матеріалів, робочої сили і т. п.) може в плановану періоді випускати всі види продукції, на яких вона спеціалізується. Необхідно визначити такий асортимент, при якому або собівартість всієї продукції була б мінімальною, або прибуток підприємства було б максимальною, або рентабельність виробництва була б максимальною.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ЛОГІСТИКИ

Власкіна І.І., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: ст. викладач Сергієнко В.О.

Логістика охоплює діяльність підприємств на всіх рівнях роботи. Інтегрований логістичний підхід орієнтовано на всіх учасників. Останнім часом все більша кількість українських підприємств застосовує системний підхід до побудови бізнес-процесів і приділяє велику увагу побудові інтегрованого логістичного ланцюга. Аналітики пов'язують це із становленням структури багатьох товарних ринків, посиленням конкуренції і супутнім зниженням норми рентабельності. Впровадження інтегрованої системи логістики в сучасних умовах є важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності і дає відчутний економічний ефект.

Логістика є системою управління матеріальними та інформаційними потоками, яка дозволяє компанії мінімізувати витрати.

Об'єктом застосування логістичного підходу може бути будь-яка діяльність, де сукупність процесів або подій, а також їх проміжних результатів має альтернативну послідовність у просторі і в часі. Логістика охоплює діяльність підприємства як на рівні окремих процесів, так і на рівні координації всіх структур, займається напрямом, упорядкуванням і розподілом продукції від виробника до кінцевого споживача, враховуючи рентабельність, результативність, продуктивність, ефективність системи в цілому.

Впровадження в ділову практику концепції маркетингу, орієнтованого на споживача, припускає перетворення логістики на ключову сферу компетенції компанії і стратегічний ресурс розвитку. Компетентність у логістиці є нематеріальним інструментом залучення споживачів, який забезпечує цінову премію за точне дотримання умов часу і місця. Інтегрований логістичний підхід, що використовує «ланцюги цінностей», орієнтовано на всіх учасників. Ланцюги цінностей (логістичні ланцюги) містять п'ять областей ефективності:

- зв'язок з постачальниками;
- зв'язок із споживачами;
- технологічні процеси в середині одного підрозділу;
- логістичні процеси між підрозділами в середині підприємства;
- логістичні зв'язки між підприємствами в логістичному ланцюгу.

Суть аналізу ланцюгів поставок зводиться до таких положень:

- вартість товару формується впродовж усього ланцюга поставок, який позначається критичним чином тільки на останній стадії— стадії продажу кінцевому споживачу;
- на вартості товару на пункті конкретного продажу критичним чином позначається загальна ефективність операцій по всьому ланцюгів поставок;
- найбільш керованими, з погляду вартості, є початкові стадії виробництва товару, а найчутливішими - останні стадії продажів.

Управління ланцюгами поставок, перш за все, дозволяє синхронізувати операції, зв'язуючи різнорідні бізнес-одиниці в стрункy керовану систему, направлену на ефективне задоволення вимог кінцевого споживача. Всередині ланцюгів поставок особлива увага приділяється скороченню їх видів діяльності, робіт, операцій, процедур, які не служать створенню одної вартості. Всі витрати в області логістики, які не служать створенню доданої вартості, необхідно звести до мінімуму в зв'язку з тим, щоб скоротити витрати в цілому. Проте інтегрована логістика зовсім не припускає, що всі допоміжні функції підприємства повинна виконувати самостійно. Достатньо часто застосовується модель логістичного аутсорсингу, при якому транспортуванням займаються спеціалізовані підприємства . При цьому підприємство - замовник визначає критерії оптимізації ланцюгів поставок, а задача зовнішнього провайдера полягає в їх задоволенні. Впровадження системи логістики, як правило, припускає використовування сучасних корпоративних інформаційних систем, що одержали назву SCM (Supply Chain Management - "системи управління ланцюгами поставок").

Впровадження SCM на ВАТ «Шосткинський хлібокомбінат» забезпечує значно повніше задоволення попиту на продукцію підприємства , а також дасть можливість істотно знизити витрати на логістику і закупівлі. В загальній вартості товару такі витрати (залежно від галузі) звичайно знаходяться в межах 10-15%.

Отже, сучасні системи постачання ВАТ «Шосткинський хлібокомбінат», управління складами і логістикою дозволяють у ряді випадків знизити їх до 1-2% . Ефективність інтегрованої системи логістики може бути оцінена, виходячи з цілей її створення. Як показує досвід роботи українських підприємств, її побудова дозволяє знизити загальну суму відповідних витрат на 15-20 %, а також дозволить скоротити час виробництва товарів на 25%, знизити собівартість виробництва продукції до 30%, скоротити об'єми матеріально-технічних запасів від 30 до 70%.

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ АПК

Власенко М.Г., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: ст. викладач Гужвенко С.М

Економічний розвиток будь-якого регіону неможливий без формування ринку продовольства, адже цей ринок − один із найбільших і значущих. Пріоритетним напрямом на сучасному етапі його розвитку є насичення внутрішнього продовольчого ринку товарами виробництва вітчизняних регіональних АПК і витіснення імпорту, що дасть змогу в умовах не лише економічної кризи, а й у подальшій діяльності забезпечити економічну безпеку регіонів та держави загалом, що сприятиме зменшенню рівня безробіття, зростанню доходів і товаровиробників, і населення, покращанню інвестиційно-інноваційної привабливості. Тому формування цивілізованого ринку продовольства сьогодні один із напрямів сталого розвитку економіки. Наукові дослідження в цьому напрямі здійснювали відомі вчені щодо дослідження ринків в системі АПК: В.Андрійчук, М.Андрушко, П.Березівський, В.Власов, Л.Дейнеко, Т.Дудар, М.Кропивко, В.Липчук, І.Михасюк, П.Музика, П.Саблук, Г.Черевко, В.Юрчишин та ін. Водночас на ринках продовольства зростає рівень конкуренції з боку успішніших фірм-виробників, посилюються вимоги споживачів до якості продукції, що вимагає оптимізації термінів доставки та зберігання.

На основі тенденцій розвитку інтеграційних процесів у регіональних АПК, використовуючи маркетинговий інструментарій, необхідно теоретично обґрунтувати систему формування логістичної продовольчої системи, її життєвий цикл, визначити концепцію з безпеки цієї системи, конкурентоспроможність, обґрунтувати шляхи оптимізації. Вирішення цих проблем вимагає використання наукових підходів, які відповідають сучасним умовам, що забезпечуватиме ефективне функціонування АПК і на регіональному, і на державному рівнях. Такими сучасними вимогами є застосування маркетингово-логістичної концепції управління взаємопов'язаними процесами виробництва та реалізації продовольства, що безперечно вплине на формування управління інформаційними та фінансовими потоками на ринках АПК надалі.

Агропромисловий комплекс СВК«Удай» − процес відтворення, де є,4 етапи: виробництво, розподіл, обмін, споживання. Розподіл у відтворювальній системі між виробництвом, обміном та споживанням − динамічна система в локальних відтворювальних циклах.

Розподіл суттєво впливає на структуру відтворення в господарстві, на спосіб розподілу виробленої продукції в регіоні. Доцільно визначити основні принципи організації логістики постачання в господарстві: принцип загальних витрат; під впливом логістичного підходу частка витрат у системі закупівель повинна зменшуватися, скорочуючи загальні витрати; логістична координація та інтеграція; інтереси логістики закупівель необхідно координувати з погляду доцільності та інтегрувати в систему інтересів усієї системи; принцип орієнтування на якість: критерії якості вихідного продукту повинні обумовлювати критерії вибору сировини за якістю; принцип гнучкості та адаптивності − похідна від основної логістичної концепції; принцип системного підходу; принцип забезпечення транспортної консолідації; принцип мінімізації запасів на етапі постачання передбачає наявність належної кількості ресурсів для поточної потреби без надлишкових запасів; принцип уникнення„конфлікту цілей" передбачає узгодження інтересів підсистеми закупівель та інших функціональних галузей підприємства. Ключовим аспектом тут може бути вплив логістики на маркетинг підприємства.

Інтеграція логістичних процесів на регіональних ринках агропромислової продукції здійснюється в різних формах: створення логістичних моделей на ринках АПК, в яких взаємодія учасників логістичного ланцюга регулюється механізмами ринку; формування конкурентних переваг в умовах сучасних продовольчих ринків вимагає такого рівня інтеграції виробничо-комерційної діяльності, який забезпечується лише за обміну інформацією між учасниками цього ланцюга та створення єдиного інформаційного простору. Застосування сучасних інформаційних технологій для координації логістичної діяльності суб'єктів продовольчого ринку збільшує їх можливості оперативно реагувати на запити споживачів, що суттєво впливає на зростання ефективності та конкурентоспроможності. Для повнішого використання переваг сучасних інформаційних технологій необхідні структурні зміни: об'єднання всіх учасників логістичного ланцюга в інтегральну логістичну систему на засадах маркетингу. Ця система повинна впливати на структурні елементи для досягнення цілей, а взаємозв'язок суб'єкта управління з елементами логістичної системи здійснюватиметься безпосередньо інформаційними потоками.

Враховуючи особливості функціонування аграрного ринку, його специфіку, відтворювальні процеси в АПК та розвитку інтеграційних процесів, використовуючи маркетингові дослідження ринку продовольства, можна запропонувати маркетингово-логістичний підхід функціонування регіонального ринку продовольства. Для забезпечення задоволення споживчих переваг маркетингово-логістична система забезпечуватиме оптимізацію управління матеріальними потоками. Система управління враховує особливості продовольчого ринку (велика кількість учасників), що визначає кількість трансакцій і конкуренцію між ними.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Галіченко О.В., аспірант
Науковий керівник: к.е.н., доцент Пономаренко Н.М.

За сучасних умов аграрний сектор економіки характеризується послабленням трудової мотивації працівників, незацікавленістю у підвищенні свого професійного рівня, наростанням трудової байдужості. Успіх сільськогосподарських підприємств, спрямованих на нарощування обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, забезпечення продовольчої безпеки країни та проведення соціальної політики на селі значною мірою залежить саме від трудового потенціалу, рівня підготовки та здібностей керівників і спеціалістів, зайнятих в аграрній сфері. За таких умов важливого значення набуває пошук тих важелів, що сприяли б збільшенню чисельності зайнятого в аграрній сфері населення та спонукали б тих, хто вже працює, продовжувати трудову діяльність на своєму підприємстві та підвищувати рівень своєї кваліфікації.

На формування принципів мотивації праці в сільськогосподарському виробництві значною мірою впливають особливості аграрної праці, які залежать від: сезонності, що характеризується річною циклічністю виробництва в рослинництві, роботою з живими організмами у тваринництві, певними особливостями соціально-економічної структури сільськогосподарського виробництва. Ще однією умовою, яка зумовлює особливості мотивації і праці в сільському господарстві, є те, що обираючи сільське господарство як місце своєї діяльності людина фактично обирає для себе спосіб життя – сільський, який за соціальними благами є менш привабливим порівняно з міським. Це дуже важливо для молоді, яка вирішує проблему вибору сфери своєї діяльності.

На сьогоднішній день гостро стоїть проблема матеріальних мотивів через низький рівень та невиплати заробітної плати. Недостатній рівень оплати праці знижує мотиваційну функцію, що приводить до погіршення якості робіт та спаду показників ефективності праці. Рівень оплати повинен залежати від результатів праці та задовольняти потреби працюючого, щоб кожен працівник відчував, що його праця об'єктивно і своєчасно оцінюються повною мірою та стимулюється. Тільки за таких умов можлива мотивація людини до праці, що веде до бажаних показників результативності праці.

Процес мотивування є дією на працівника, яка включає в свою сферу його потреби, інтереси, бажання, прагнення тощо. У основі цього процесу лежить взаємодія зовнішніх умов і внутрішніх характеристик особи. Тому мотивація може бути направлена в різний час на різні цілі, досягаючи які керівник зобов'язаний приймати до уваги масу особових і міжособових чинників, що мають зовнішню і внутрішню спрямованість і які впливають як на кінцевий результат, так і на роботу підприємства в цілому. Важливо правильно вибрати необхідні у кожному конкретному випадку важелі, які привели б до потрібного результату

Основними мотивами зайнятості працівників аграрного сектору економіки є: оплата праці, умови праці, професійний та кар'єрний ріст, право участі у вирішенні господарських питань, отримання від підприємства соціально-культурних послуг тощо. Щодо оплати праці в сільському господарстві, то згідно даних Державного комітету статистики середньомісячна заробітна плата у 2010 році становила 1427,2 , тобто 63,5 % від середньої заробітної плати за всіма видами економічної діяльності. На низькому рівні є й виплати за пай, що визначаються низькою прибутковістю у сільському господарстві. Умови праці не задовольняють потреби працівників у забезпеченні ефективного виконання ними своїх професійних обов'язків: недостатня механічна оснащеність, високий ступінь зносу основних фондів, ненормований режим праці. Лише невелика частина працівників у сільськогосподарському підприємстві має змогу брати участь у вирішенні господарських питань. З огляду на вищезазначені проблеми у працівників відпадає бажання не лише до професійного та кар'єрного зростання, а й до праці взагалі.

Вагомими аспектами підвищення мотивації до праці в аграрній сфері є забезпечення гідних умов проживання в сільській місцевості, підтримка та розвиток фермерських господарств за допомогою податкових, кредитних та правових інструментів, доповнення діючих систем мотивації праці можливими надбавками, преміями та заохоченнями; стимулювання підвищення конкурентоспроможності продукції сільськогосподарських підприємств через інвестування у нові технології її виробництва; забезпечення постійного професійного зростання працівників та надання їм можливих соціально-культурних послуг тощо.

Ситуація, що склалася в аграрній сфері України, вимагає високої трудової активності працівників. Підвищення рівня ефективності праці пов'язане з вивченням потреб та потенціалу здібностей самих працівників, з дослідженням механізму формування й розвитку їх трудової мотиваційної системи.

РОЗВИТОК ПЛАНОВОЇ СИСТЕМИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Гужвенко С.М., ст. викладач

Невизначеність, властива ринковим умовам господарювання, визначає нагальну необхідність планування або моделювання діяльності підприємства. Планування – це процес розробки і прийняття цільових установок кількісного і якісного характеру з визначенням шляхів найефективнішого їх досягнення. Це установки, що розробляються у вигляді "дерева цілей".

Планування в ринковій економіці визначається тим, що є однією з функцій управління.

Функції управління – це частина управлінської діяльності. Вони визначають формування структури управлінської системи.

Планування в управлінні – це:

- конкретизація цілей управління в системі показників фінансово-господарської діяльності підприємства;
- розробка стратегії і тактики діяльності, орієнтованої на досягнення цілей менеджменту.

З погляду менеджменту функція "планування" полягає в розробці змісту та послідовності дій для досягнення сформульованих цілей.

План підприємства, який враховує працю людей і рух ресурсів (матеріальних і фінансових), має силу наказу для зазначених в ньому осіб і структурних одиниць. В плані чітко і докладно зазначаються:

- мета діяльності підприємства та його структур за плановий період, кількісно виражена системою встановлених показників із зазначенням конкретних видів випуску та характеру роботи;
- методи і терміни поєднання засобів і цілей;
- етапи і строки виконання робіт;
- виконавці плану по термінах і видах робіт;
- методи, етапи і засоби контролю виконання плану.

Практично вся система господарського управління і регулювання виробництва створена на методах планування. Оскільки завершення одного етапу роботи служить початком наступного, пов'язати всі етапи без допомоги планування неможливо.

За твердженням канадського бізнесмена Д. Дейла, "план є основою контракту між підприємцем і фінансистом-інвестором. План бізнесу – це загальноприйнятий прийом менеджменту, який використовується корпораціями і установами всіх розмірів для того, щоб сформулювати мету і запропонувати шляхи її досягнення. Він, як правило, складається на 5 років. Рада директорів розвинутої компанії орієнтується на довготерміновий план, як на дорожню карту".

Вдалий план, на думку Д. Дейла, – одна з основних умов успіху будь-якої фірми. Виходити на ринок зі своєю продукцією, не маючи чітко продуманого і розрахованого плану дій, – гарантія провалу фірми.

Необхідність складання планів визначається багатьма причинами, наприклад, В.Ковальов виділяє три найважливіших:

- невизначеність майбутнього;
- координуюча роль плану;
- оптимізація економічних наслідків.

Невизначеність майбутнього полягає не у визначенні точних цифр і орієнтирів стану підприємства у майбутньому, а у встановленні важливих напрямів (коридору), в межах яких може варіюватись той чи інший показник.

Зміст координуючої ролі плану полягає у наявності добре деталізованих і взаємопов'язаних цільових установок, що дисциплінують оперативну і перспективну діяльність підприємства.

Оптимізація економічних наслідків полягає в тому, що будь-яке неузгодження чи збій діяльності системи потребує фінансових затрат на його подолання. Якщо є план, ймовірність збою є нижчою. Якщо уявити наперед, що саме може відхилити заплановане в будь-який інший бік, тоді найбільш імовірно, що підприємство помітить небезпечні симптоми, а, отже, зможе зреагувати швидше, щоб виправити положення. Слід відзначити, що планування не ставить за мету обов'язково звести до мінімуму ризики. Навпаки, його зміст полягає в аналізі і виборі ризиків, які необхідно прийняти, і тих, яких можливо було б уникнути.

Поряд з факторами, які потребують широкого впровадження планування в сучасних економічних умовах, діють й інші фактори, які обмежують його застосування в Україні. Такими факторами є: відсутність зрозумілих стратегічних цілей у підприємств; нестабільність фіскальної політики держави; складності при визначенні потреб підприємства в ресурсах; недостатність досвіду самостійної постановки цілей, планування дій і залучення ресурсів в умовах ринку; застарілі методи оперативного планування; відсутність кваліфікованих кадрів, обізнаних із сучасними методами планування; недостатній рівень розвитку інформаційних технологій на підприємствах.

СУТНІСТЬ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гуляєв І.О., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: ст. викладач Гужвенко С.М.

У сфері товарообороту логістика містить і розглядає різні стадії і операції транспортування як єдине ціле. Його складові взаємозв'язані, взаємозалежні і потребують системного підходу при управлінні і вивченні. Ключова роль транспортування у логістиці пояснюється не тільки великою питомою вагою транспортних витрат у загальному складі логістичних витрат, але і тим, що без транспортування неможливе саме існування матеріального потоку. Транспортування є частиною логістичного процесу і відноситься до сфери виробництва матеріальних послуг. Управління матеріальним потоком в процесі транспортування і організація транспортування вантажів є сферою *транспортної логістики*.

Транспортна логістика вирішує наступні завдання:

- створення транспортних систем;
- спільне планування транспортних процесів на різних видах транспорту (у разі змішаних перевезень);
- забезпечення технологічної єдності транспортно-складського процесу;
- вибір способу транспортування і транспортного засобу;
- визначення раціональних маршрутів доставки.

За призначенням розрізняють *зовнішнє* (у логістичних каналах постачання - збуту) і *внутрішнє* (внутрішньовиробниче) транспортування. Обидва види транспортування взаємозв'язані між собою і утворюють транспортну систему підприємства.

Діяльність транспорту у ринкових відносинах має розвиватись за такими напрямами:

- поглиблене вивчення попиту з використанням транспортних балансів регіонів;
- підвищення якості й надійності обслуговування клієнтів;
- удосконалення усього комплексу вантажно-розвантажувальних та складських робіт;
- надання інформаційних, експедиційних послуг;
- підвищення рівня договірних відносин;
- розвиток сервісних послуг;
- створення підприємств, котрі входили б до складу різних асоціацій, акціонерних товариств та ін.;
- створення посередницьких фірм з постачання рухомого складу, матеріально-технічного забезпечення, маркетингу, реклами;
- поширення використання контейнерів.

Ключова роль транспортування в логістиці пояснюється великою питомою вагою транспортних витрат в логістичних витратах, які складають до 50% суми загальних витрат на логістику.

Основним завданням транспортної логістики, як і логістики промислових підприємств, є збільшення прибутку транспортних організацій. Цього можливо досягти за рахунок координації транспортного обслуговування споживачів за їх замовленнями, в яких містяться умови поставок. Все це дає змогу отримати конкурентні переваги на ринку і зменшити витрати. Логістиці транспорту притаманні елементи, які мають ключове значення у даній сфері логістики. Основними елементами є транспортні зв'язки з постачальниками і споживачами, вантажі, які перевозяться. Процес транспортування починається зі складів готової продукції, завершується надходженням вантажів на склади споживачів або посередників.

Транспортна логістика тісно пов'язана зі складською, виробничою, заготівельною, розподільчою та посередницькою. Це пояснюється декількома причинами.

Так, система управління матеріальними потоками всередині підприємства має достатньо великий вплив на методи організації постачання і перевезення. Наявність товарних запасів забезпечує безперервність процесу транспортування. Важливе значення для оптимізації транспортної логістики має координування процесів закупівлі, виробництва розподілу і розробка єдиного виробничо-транспортно-складського технологічного процесу. Тобто сутність інтеграції управління переміщеннями продукції визначається як розвиток комплексного логістичного управління транспортуванням. Організаційні і економічні методи і форми комплексного управління транспортуванням включають необхідність координації і сполучення пов'язаних функцій планування поставок і перевезень продукції; раціональний розподіл логістичних функцій між структурними підрозділами транспортних організацій; розвиток методів управління, забезпечуючих економію витрат на транспортування, удосконалення і втілення системи економічного стимулювання працівників логістичного процесу в поліпшенні його кінцевих результатів.

АУТСОРСИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАХІД ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ АВТОПАРКУ

Долгих О.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Пономаренко Н.М.

До експлуатаційних витрат на автопарк слід в першу чергу віднести безпосередні витрати на утримання автомобілів, пов'язані з їх експлуатацією.

Ця група включає витрати на неплановий ремонт і технічне обслуговування автомобілів, придбання ПММ, мийку, хімчистку, а також заміну витратних матеріалів. Найбільші можливості для економії витрат, назвемо їх "потенціалом оптимізації", відносяться до групи витрат на сервісне обслуговування автомобілів: планове регулярне технічне обслуговування (ТО) і непланові ремонти. Якщо не вважати можливості досягнення непрямого економічного ефекту шляхом перезарахування ПДВ при переході на безготівкове придбання послуг, дієвої для всіх видів витрат компанії, інші види експлуатаційних витрат автопарку представляють досить малий потенціал для оптимізації.

У багатьох парках практикується придбання палива за безготівковий розрахунок. Придбання палива за паливними картками, крім економії за рахунок переходу на безготівковий розрахунок, знижує завантаження бухгалтерії та інших підрозділів компанії, що відповідають за обробку звітів та проведення готівкових виплат співробітникам. Відповідно, замість 100 звітів з чеками заправних станцій ви отримуєте один рахунок за підсумками місяця. На цьому досягається досить великий економічний ефект.

В даний час для великої компанії в Україні проведення одного платежу обходиться в $ 15-30 на коло, тобто від отримання платіжного документа до остаточної виплати та проведення по архівах бухгалтерії. Скорочуючи кількість платіжних документів, можна досягти високих показників: скорочення непрямих витрат є найбільш прогресивним методом, що містить значний потенціал оптимізації витрат автопарку. Оптимізація непрямих витрат може досягати 15-20% і більше від усієї вартості парку компанії. Якщо парк компанії розподілений по регіонах країни, це також вимагає додаткових витрат.

В умовах нашої країни регіони сильно віддалені, і організація роботи парку вимагає укладення окремого комплекту договорів з постачальниками сервісного обслуговування, палива та інших послуг у кожному регіоні. Доцільно звернути увагу на можливості аутсорсингу частини функцій управління автопарком. При цьому постачальник може укладати і підтримувати договори з обслуговуючими організаціями у всіх регіонах, де представлений автопарк компанії, надаючи єдиний рахунок за підсумками роботи за період, що дозволяє в значній мірі скоротити непрямі витрати автопарку компанії, навіть з урахуванням винагороди, що виплачується аутсорсинговій компанії. Аутсорсинг функцій у регіонах може стати ефективним заходом для оптимізації витрат на парк компанії. Однак для введення такого заходу необхідно для початку дуже ретельно провести аналіз власних витрат автопарку і подивитися, яку частку займають непрямі і адміністративні витрати в загальних витратах автопарку, щоб сформувати уявлення про потенційну ефективність даної міри. Дослідження може показати, чи буде досягнуто економічний ефект при переході на аутсорсинг частини функцій забезпечення роботи автопарку.

У великому автопарку контролювати заправки і пробіг кожного авто непросто. Рішенням тут може стати використання автоматичних засобів контролю. Використання паливних карток для придбання палива, крім прямої економії коштів, дозволяє обмежити добовий розхід палива, заправки у вихідні дні та під час відпустки співробітника.

Наступним важливим кроком може стати контроль пробігу, але це дуже складно, тому що менеджер автопарку бачить автомобіль тільки в момент покупки і списання, а додаткове завантаження регіональних менеджерів контролем за пробігом автомобілів практично неможлива. Тут немає простого рішення. GPS-GPRS моніторинг - досить сучасна і відома технологія, яка контролює розташування автомобіля через систему супутникової навігації і передає інформацію на центральний сервер, що дозволяє повністю вирішити дану проблему. Система GPS дає повний контроль над автопарком, можливість бачити реальні час і маршрут автомобіля, дозволяючи домогтися економії до 20% вартості парку.

Мотивація водіїв - на дбайливе ставлення до авто. Це питання гостро стоїть у всіх компаніях, що володіють власними автопарками, Найбільш ефективним заходом є мотивація співробітників на те, що його авто є частиною іміджу компанії, і водій є її представником.

За рахунок таких заходів, як проведення конкурсів, організація дощок пошани, мережевих заохочень, введення відповідальності керівника відділу за підлеглих, може бути сформовано правильне ставлення співробітників до автомобіля.

ЛОГІСТИЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОГО ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Зубко Л.П., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Пономаренко Н.М.

Будь-яка діяльність підприємства базується на прийнятті управлінських рішень щодо його подальшої роботи на довгостроковий та короткостроковий періоди. Саме від того, наскільки правильне рішення прийняло керівництво або управлінський персонал підприємства щодо подальших дій, залежить майбутня доля підприємства на ринку товарів, які воно випускає, або послуг, які надає. Для прийняття найбільш правильного управлінського рішення необхідна інформаційна підтримка (зовнішня та внутрішня), яка виражається у створенні на підприємстві певного інформаційного простору. Разом з цим в умовах сучасної економіки в управлінні підприємством (або його підрозділів) доцільно застосовувати методи логістики.

Вже досить багато вчених обрали логістику сферою своєї наукової діяльності, а з появою нових інформаційних технологій та обчислювальної техніки виникла можливість вдосконалити економічні та інші процеси, вивести їх на більш високий рівень. Існування великої кількості інформації на підприємстві повинне мати більш-менш чітку впорядкованість та можливість в будь-який момент вилучити, оновити або доповнити її. В цьому може допомогти створення на підприємстві єдиного інформаційного простору. Під (єдиним) інформаційним простором підприємства будемо розуміти сукупність баз та банків даних, технологій їх ведення та використання, інформаційно-телекомунікаційних систем та мереж, які функціонують на основі єдиних принципів та за загальними правилами, що забезпечують інформаційний взаємозв'язок підрозділів та робітників, службовців, керівників підприємства, а також задовольняють інформаційні потреби управлінців, виконавчих підрозділів, контрагентів, споживачів. Єдиний інформаційний простір на підприємстві можливо створити, якщо побудувати загальну інформаційну систему (об'єднати інформаційні системи підприємства в одну). В даному випадку інформаційна система буде являти собою сукупність апаратного та програмного забезпечення, яке здійснює інформаційні процеси над даними, що постійно поповнюються. Така система повинна вирішувати виробничі, управлінські та інші задачі.

Інформація (інформаційні потоки) сама по собі є поняттям абстрактним, тому вона передається (обертається в інформаційному просторі підприємства) без обмежень в часі, відстані та швидкості. Однак матеріальна або фізична форма вираження інформації вимагає певного узгодження в оформленні та поданні, систематизованого зберігання та загальних правил її опрацювання.

Таким чином, основою системи управління є інформаційна система економічного об'єкту (в нашому випадку підприємства), яка постійно знаходиться в динаміці, а існуючі в ній інформаційні потоки постійно поповнюються, оновлюються, тобто змінюють свій якісний та кількісний стан. Наявність різновидів інформаційних потоків на підприємстві обумовлюється поширенням виробничих та фінансових зв'язків підприємства, впровадженням засобів обчислювальної техніки. Метою інформаційної системи підприємства є виробництво інформації, яка необхідна для підтримки прийняття управлінських рішень.

Для формування логістичного інформаційного простору на підприємстві необхідно сформувати інформаційний простір, спираючись на логістичну концепцію. В такому разі під логістичним інформаційним простором будемо розуміти результат інтеграції різних інформаційних підсистем підприємства, тобто такий інформаційний простір, який містить інформацію про логістичні процеси на підприємстві. Основною метою такого простору є створення умов та можливостей для об'єктивного та оперативного оцінювання поточної ситуації, оперативного прийняття оптимальних управлінських рішень, ліквідація інформаційних та організаційних бар'єрів між управлінським та технологічним рівнями. Отримуємо, що логістичний інформаційний простір на підприємстві може бути утворений завдяки існуванню двох основних видів систем - логістичної та інформаційної, причому кожна з них повинна володіти певними властивостями (динамічність, постійний розвиток, можливість їх аналізу, системність, взаємодія при умові спільної мети управління з елементами внутрішнього та зовнішнього середовища та інше).

Реалізувати логістичну інформаційну систему (логістичний інформаційний простір) можливо за допомогою нових інформаційних технологій та обчислювальної техніки. До інформаційних систем, які можна застосувати в даному випадку відносять MRP, MRP II, KANBAN, ERP, DRP II та інші. Завдяки вказаним системам можна організувати та структурувати певним чином потоки даних, що супроводжують матеріальний потік; сформувати відповідне інформаційне поле для проведення повномасштабного аналізу; довести рішення до виконавців та контролювати їх виконання та інше.

Отже, до основних компонентів інформаційного простору підприємства відносять інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії, організаційні структури або інформаційна інфраструктура. Логістичний інформаційний простір на підприємстві може бути утворений завдяки існуванню двох основних видів систем - логістичної та інформаційної, причому кожна з них повинна володіти певними властивостями. Основою логістичного інформаційного простору підприємства є логістична інформаційна система підприємства.

ЛОГІСТИЧНИЙ ПРОЦЕС НА СКЛАДІ

Ковтун П.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковбаса О.М.

Логістичний процес на складі вельми складний, оскільки вимагає повної узгодженості функцій постачання запасами, переробки вантажу і фізичного розподілу замовлень. Тому логістичний процес на складі набагато ширший за технологічний процес і включає:

- поставку запасів, контроль за поставками,
- розвантаження і приймання вантажів,
- всередині складське транспортування і перевалювання вантажів,
- складування і зберігання вантажів,
- комплектацію замовлень клієнтів і відвантаження, транспортування і експедицію замовлень,
- збір і доставку порожніх товароносіїв,
- контроль за виконанням замовлень,
- інформаційне обслуговування складу, забезпечення обслуговування клієнтів (надання послуг).

Функціонування всіх складових логістичного процесу повинне розглядатися у взаємозв'язку і взаємозалежності. Такий підхід дозволяє не тільки чітко координувати діяльність служб складу, він є основою планування і контролю за просуванням вантажу на складі з мінімальними витратами.

Координація служби закупівлі здійснюється в ході операцій по постачанню запасами і за допомогою контролю за веденням поставок. Основна задача постачання запасів полягає в забезпеченні складу товаром (або матеріалом) відповідно до можливостей його переробки на даний період при повному задоволенні замовлень споживачів. Тому визначення потреби в закупівлі запасів повинне вестися у повній узгодженості із службою продажів і наявною потужністю складу.

Облік і контроль за надходженням запасів і відправкою замовлень дозволяє забезпечити ритмічність переробки вантажопотоків, максимальне використання складу, скоротити терміни зберігання запасів і тим самим збільшити оборот складу.

Розвантаження і приймання вантажів. При здійсненні цих операцій необхідно орієнтуватися на умови поставки згідно укладеного договору (розділ "базис поставки"). Відповідно готуються місця розвантаження під вказаний транспортний засіб (трейлер, хура, контейнер) і необхідне навантажувально-розвантажувальне устаткування. Розвантаження на сучасних складах здійснюється на розвантажувальних автомобільних або залізничних рампах і контейнерних майданчиках. Спеціальне оснащення місць розвантаження і правильний вибір навантажувально-розвантажувального устаткування дозволяють ефективно проводити розвантаження (у найкоротші терміни і з мінімальними втратами вантажу), у зв'язку з чим скорочуються простої транспортних засобів, а отже, і знижуються витрати обігу.

Внутрішньоскладське транспортування. Внутрішньоскладське транспортування припускає переміщення вантажу між різними зонами складу: з розвантажувальної рампи в зону приймання, звідти в зону зберігання, комплектації і на вантажну рампу. Ця операція виконується за допомогою підйомно-транспортних машин і механізмів.

Транспортування вантажів усередині складу повинне здійснюватися при мінімальній протяжності в часі і просторі по крізним "прямоточним" маршрутам. Це дозволить уникнути повторного повернення в будь-яку з складських зон і неефективного виконання операцій. Число перевалювань (з одного виду устаткування на інше) повинне бути мінімальним.

Складування і зберігання. Процес складування полягає в розміщенні і укладанні вантажу на зберігання. Основний принцип раціонального складування - ефективне використовування об'єму зони зберігання. Передумовою цього є оптимальний вибір системи складування і, в першу чергу, складського устаткування. Устаткування під зберігання повинне відповідати специфічним особливостям вантажу і забезпечувати максимальне використання висоти і площі складу. При цьому простір під робочі проходи повинен бути мінімальним, але з урахуванням нормальних умов роботи підйомно-транспортних машин і механізмів. Для впорядкованого зберігання вантажу і економного його розміщення використовують систему адресного зберігання за принципом твердого (фіксованого) або вільного (вантаж розміщується на будь-якому вільному місці) вибору місця складування.

Комплектація замовлень і відвантаження. Процес комплектації зводиться до підготовки товару відповідно до замовлень споживачів. Комплектація і відвантаження замовлень включають:

- отримання замовлення клієнта (відбірковий лист),
- відбір товару кожного найменування за замовленням клієнта,
- комплектацію відібраного товару для конкретного клієнта відповідно до його замовлення,
- підготовку товару до відправки (укладання в тару, на товароносій),
- документальне оформлення підготовленого замовлення і контроль за підготовкою замовлення,
- об'єднання замовлень клієнтів в партію відправки і оформлення транспортних накладних,
- відвантаження вантажів в транспортний засіб.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Коломієць В.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: ст. викладач Гужвенко С.М

Логістична система – це адаптивна, доцільно організовано-структурована економічна система, до складу якої входить сукупність таких елементів (підсистем), як виробництво, транспортування, складування, постачання, збут разом з відносинами між ними і між їхніми властивостями, що обумовлює переміщення потоків матеріалів, фінансових засобів і інформації. Таким чином, логістична система на підприємстві розглядається, виділяючи в ній три зрізи (рівні): просторовий (акцентований у дефініції через з'єднання між собою елементів системи і потоку товарів); – організаційний (у дефініції згадано про організовані елементи системи); – інформаційний (у дефініції він фігурує у вигляді потоку фінансових засобів і інформації).

На кожному з вищезгаданих рівнів виступають потоки, а також відносини між елементами відповідних структур, що міцно пов'язані між собою елементи разом утворюють єдиний конгломерат, що відбиває багатовимірний характер логістичної системи. Це однаково стосується і макросистем, і логістичних систем окремих підприємств. Просторовий рівень належить до проблеми локалізації ланок логістичного ланцюга, місць створення попиту, типології мереж зв'язку між цими ланками. На прикладі таких галузей, як видобувна промисловість, виробничі галузі, складське господарство, транспорт, кінцеві одержувачі та інші, очевидно, що їхнє розміщення пов'язане з рівнем просторової структуризації. Організаційний рівень охоплює методи організації і управління ланцюгів постачання. І лише на цьому рівні починає діяти логістика. Цей процес відбувається за рахунок управління транспортуванням, запасами і самим виробництвом, організації процесу замовлень, організації процесів комплектування й упакування, накопичення інформації, тобто через ключову і допоміжну – логістичні форми діяльності. Інформаційний рівень відносять до потоків у широкому сенсі і до інформаційних ресурсів логістики. Можна сказати, що за рахунок поповнення організаційного рівня інформацією він виконує дуже важливу допоміжну роль для процесів управління в логістичних системах.

Механізм формування логістичної системи підприємства забезпечує потрібний набір послуг за максимально можливого зменшення асоційованих втрат, зумовлених виконанням логістичних операцій. Через це логістична політика розробляється з врахуванням двох факторів — бажаного рівня логістичного сервісу і мінімальної величини логістичних витрат, а мета логістичного менеджменту полягає у встановленні балансу між цими двома складовими, вигідного як споживачу, так і генератору матеріального потоку.

Зростаюча зацікавленість у підвищенні ефективності всього логістичного ланцюжка висуває підвищені вимоги і до системи оціночних показників, яка у даному випадку повинна забезпечувати інтегральну оцінку логістичних процесів.

Умовно показники, які характеризують переміщення матеріального потоку, можна об'єднати у такі групи:

Витрати. Фактична величина витрат, пов'язаних з виконанням певних логістичних операцій найбільшою мірою відображає результати логістичної діяльності.

Обслуговування споживачів/якість. Ці показники характеризують відносну здатність підприємства задовольняти запити і потреби споживачів. До таких сервісних показників можна віднести: ймовірність та величину дефіциту, частоту пошкоджень продуктів, вартість пошкоджених продуктів, кількість претензій від споживачів, час реакції на претензії споживачів, час задоволення претензій споживачів, відношення кількості повернень до кількості замовлень, вартість повернутих товарів, рівень недопоставок, рівень браку в постачаннях, частку некомплектних постачань, частку постачань із запізненням, частку передчасних постачань, частку постачань в зазначений термін, час реакції ланцюга постачань (час необхідний на внесення відповідних коректувань в оперативні плани через зміни ринкового попиту і збільшення виробництва продукції на 20%).

Продуктивність. З погляду логістики продуктивність вимірюється відношенням між кінцевим результатом роботи системи «на виході» (тобто обсягом виготовлених продуктів або послуг) і обсягом ресурсів «на вході», які використовує система для отримання цього результату. Серед показників продуктивності можна назвати такі: кількість відвантажень на одного працівника, відношення обсягу продажів до фонду оплати праці, кількість замовлень на одного торгового працівника і т.д.

Активи. Предметом оцінювання активів є ефективність використання капіталу, вкладеного в споруди та устаткування, а також обігового капіталу, пов'язаного у запасах. Оцінка управління активами показує, наскільки швидко обертаються ліквідні активи (зокрема запаси) і наскільки успішно основні засоби окупають вкладені в них інвестиції.

Так, найважливішим компонентом діяльності логістичних систем є регулярне вивчення сприйняття їх роботи споживачами. Для цього підприємство самостійно або із залученням фахівців здійснюють цільові дослідження. У ході подібних досліджень вивчається робота підприємства та її конкурентів у цілому або за окремими напрямками. Типове дослідження дає комплексну оцінку

сприйняття споживачами таких аспектів логістичної діяльності, як тривалість логістичного циклу, доступність інформації, способи вирішення виникаючих проблем, сервісна підтримка продукту і т.д.

Також надзвичайно важливу роль у комплексній оцінці результатів діяльності відіграє порівняльний аналіз, як засіб співставлення власних продуктів, послуг і методів роботи з аналогічними показниками конкурентів.

КРЕДИТУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Комісар С.Б., ст. викладач

Зараз в АПК України зосереджено близько 16% кредитного портфеля банків. Це немало, враховуючи ризики банків при роботі в цьому напрямку. Невирішеність питань зі складськими свідоцтвами, з правом селян віддавати в заставу землю не дозволяють банкам використовувати ці ефективні засоби забезпечення кредитів і гальмують розвиток кредитування сільгоспвиробництва.

З іншого боку, перешкодами на шляху збільшення агрокредитування є відсутність традицій роботи агросектору в ринкових умовах, низька культура роботи позичальників із кредитами і недостатній рівень знань позичальників про ринок кредитних послуг, які більшою мірою стосуються саме невеликих фермерських господарств, висока залежність кредитоспроможності від таких непередбачених факторів, як погодні умови, висока зношеність основних фондів, недиверсифікація бізнесу (наприклад, якщо господарство займається тільки рослинництвом, то несприятливі погодні умови в такому випадку ставлять під загрозу результат діяльності в цілому і погашення кредиту в тому числі).

У таких умовах дуже важко відбувається розвиток довгострокового кредитування сільського господарства. Відповідно до оцінок експертів, потреба сільгоспвиробників у довгострокових кредитах задовольняється в даний час лише на 2%, в той час як по короткострокових кредитах - на 50%. Це є серйозною проблемою для розвитку фермерства в Україні, оскільки фермери змушені спрямовувати обігові кошти на придбання довгострокових активів. Не менш згубною, але іноді неминучою, є практика продажу основних засобів для покриття поточних витрат.

Специфікою кредитування невеликих фермерських господарств виступає те, що фермер, якому необхідно 10-20 тис. грн., звернеться скоріше в який-небудь кредитний союз, до партнерів або сусідів, ніж в комерційний банк. Це пояснюється, як правило, більш простою процедурою одержання кредиту, незначними додатковими витратами або їхньою відсутністю взагалі, часто більш низькою ставкою по кредиту, а головне - необов'язковістю кредитного забезпечення у вигляді застави.

Для банків фермери також звичайно є менш важливими клієнтами, ніж великі сільськогосподарські підприємства, які беруть великі суми кредитів. При цьому різні дослідження показують, що фермерські господарства в цілому краще повертають кредити, ніж великі реформовані сільгосппідприємства, про що, ймовірно, банки поки не знають.

Одним з додаткових перешкод на шляху отримання невеликим фермерським господарством кредиту в комерційному банку є проблематичність в одержанні компенсації частини кредитної ставки з боку держави. Багато фермерів відзначають, що великі сільськогосподарські підприємства мають великі шанси на одержання даної пільги.

РОЗВИТОК БІРЖОВОЇ АГРАРНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Маслак О.М., к.е.н., доцент

У сучасних умовах розвитку аграрного сектору України важливим напрямком є забезпечення ефективного функціонування біржового ринку сільськогосподарської продукції. Його метою є створення цивілізованих економічних відносин між виробниками і споживачами агропродукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Багатовіковий досвід діяльності біржових ринків у країнах із розвиненою економікою доводить їх спроможність виконувати функції прозорого ціноутворення, страхування цінових ризиків, трансферт товарних і фінансових потоків, прогнозування та планування виробництва тощо. Додатково для вітчизняного біржового ринку це забезпечення прозорості експортно-імпортних товарних потоків сільськогосподарської продукції та продовольства. Проте сучасна біржова торгівля не в повній мірі відповідає покладеним на неї функціям, що пов'язано із низькою активністю учасників внутрішнього ринку, великою кількістю товарних бірж, відсутністю досконалої законодавчої та матеріально-технічної бази для проведення торгів із застосуванням сучасних біржових інструментів. Відтак, біржова торгівля сільськогосподарською продукцією та продовольством на сучасному етапі розвитку потребує суттєвого вдосконалення.

Біржова торгівля має ряд переваг перед традиційними формами договірних відносин на аграрному ринку, проте більшість з них не мають практичного застосування. За офіційною інформацією, на початок 2010 року в Україні було зареєстровано 531 біржа, серед яких універсальні – 106, товарні і товарно-сировинні – 341, агропромислові – 25, фондові біржі та їх філії – 21. Незважаючи на те, що більше третини з них нині не працюють, їх кількість постійно зростає. Якщо на початок 1992 року чисельність бірж становила лише 66, то через десять років поспіль їх стало у 6,5 разів більше, а саме – 429. Лише за 9 місяців 2010 року було зареєстровано 19 нових бірж, а їх загальна кількість на 1 жовтня становила 550.

Більшу частку в обсягах торгівельних операцій на вітчизняному біржовому ринку мають угоди з купівлі-продажу продукції рослинництва, цінні папери та паливо. За підсумками 2009 року, на біржах України було укладено угод на 73,8 млрд. грн., що на 23% перевищує рівень попереднього року. Збільшення обсягу ринку відбулося за рахунок зростання вартості угод з продажу цінних паперів на фондових біржах в 6 разів, продукції рослинництва на 16,5%. Позитивна тенденція до відповідного зростання спостерігається з 1995 року. Проте така оптимістична статистика, на думку фахівців, не відображає фактичної ситуації біржової діяльності. На їх переконання, щорічне зростання ринку відбувається не за рахунок підвищення активності торгів, а завдяки стрімкому подорожчанню товарів.

До того ж, враховуючи вартість усієї товарної продукції в Україні, частка її продажу на біржі ледве сягає чотирьох відсотків. На думку фахівців, найбільше розвиток цього процесу стримує адміністрування ринків товарної продукції, зокрема обмеження експорту, міжрегіонального переміщення продукції, фіксація цін, встановлення мінімального рівня рентабельності тощо.

Перспективою вітчизняного біржового ринку має бути торгівля зерновими ф'ючерсами. Вона дозволятиме страхувати можливі ризики непрогнозованих коливань цін, особливо під час збирання врожаю. У свою чергу, це полегшить отримання банківського кредиту виробниками зерна під майбутній врожай. Виникає потреба відкриття в Україні зернової біржі. Доречним при цьому є створення Причорноморської зернової біржі на півдні України. Така біржа може представляти інтереси на міжнародних ринках не лише України, а й Росії та Казахстану. Маючи такий майданчик, буде більше можливості впливати на формування світових цін на зерно. Для того, щоб реалізувати такий проект, необхідно максимально наблизити біржу до товаровиробника, що забезпечить достатню кількість зерна на торгах. Це можливо за умови створення та діяльності в регіонах відділень біржі з мережею брокерських контор. Але для успішної діяльності такої біржі необхідно вирішити ще ряд проблемних питань. Серед них активізація ринку спекулятивних операцій та створення розрахунково-клірингового центру, що об'єднуватиме всіх гравців, регіональні біржові майданчики та мережу філіалів клірингового банку.

Відтак, об'єктивною необхідністю подальшого розвитку біржової торгівлі є створення ф'ючерсного ринку, який би слугував інструментом страхування ризиків пов'язані з виробництвом та реалізацією агропродукції в умовах нестабільної економічної ситуації. Для розвитку вітчизняного ф'ючерсного ринку необхідне формування законодавчої бази, яка б відповідала реальній економічній ситуації в Україні та загальноприйнятим у світовій практиці поняттям і регулятивним механізмам. До того ж більшість потенційних учасників не бере участь у торгівлі строковими контрактами через слабку інформаційну підтримку ринку, відсутність практичного досвіду у використанні ф'ючерсів як інструментів хеджування.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІТИКИ ІНТЕГРОВАНОГО СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Мороз С. М., к.е.н., доцент

Відродження сільських регіонів в Україні безпосередньо пов'язано з вирішенням соціально-економічних проблем їхнього розвитку. Ключовим питанням для вирішення вищевказаних проблем є впровадження політики сільського розвитку з довгостроковими цільовими пріоритетами, як це має місце у країнах Європейського Союзу. Сільська політика має бути спрямована на подолання існуючої ізоляції між різними компонентами розвитку сільських територій: демографічним, соціально-економічним, виробничим та навколишнього середовища. Таким чином, з метою підвищення результативності політики сільського розвитку замість розрізнених заходів має застосовуватися інтегрований підхід щодо розвитку сільських територій.

Загалом, інтегрований сільський розвиток – це термін, який все частіше використовується для того, щоб охарактеризувати сучасне сприйняття ендогенної моделі розвитку території. При цьому наголошується на необхідності усунення бар'єрів, що виникають між економічним розвитком, суспільством і навколишнім середовищем. Інтегрований сільській розвиток розглядається як засіб, що дозволяє забезпечити сталий розвиток сільських територій на основі досягнення соціальних, економічних і природоохоронних цілей, надаючи для цих компонентів максимально рівні можливості і у той же час намагаючись не допустити шкоди жодному з них [2].

Серед основних принципів інтегрованого сільського розвитку необхідно відмітити такі, як:

• інтеграція/взаємозалежність – інтеграція різних видів політики або розвиток "пакета" пов'язаних взаємозалежних видів політики, призначення яких полягає у гармонізації різних інтересів і одночасному досягненні економічних, соціальних і природоохоронних цілей;

• індивідуальність – визнання місцевих особливостей, що відображають місцевий характер, пріоритети, проблеми та можливості;

• залучення – основна увага приділяється активному залученню місцевих громад, що діють в основному на самодопомозі, аніж на зовнішній підтримці;

• інвестування – підвищення соціальних, економічних і природоохоронних „якостей" сільських територій до рівноцінних і сталих стандартів [4].

У відповідності до філософії інтегрованого сільського розвитку, кооперація між керівними державними органами, адміністраціями, різними економічними секторами та громадянами на користь сільського регіону є основою його успішного розвитку. Спільна праця для того, щоб визнати та використати регіональний потенціал, є передумовою для успішних змін [3].

До того ж сільський розвиток характеризується поліфункціональністю, що зумовлена складною внутрішньою структурою його системного об'єкта. Впорядкованість і організація структурних елементів об'єкта додають йому стійкості і забезпечують виконання різноманітних функцій, які не обмежуються виробництвом с.-г. продукції, а спрямовані на задоволення потреб і інтересів сільського соціуму та всього населення країни [1].

Для того щоб скористатися можливостями, що існують для сільських регіонів у рамках інтегрованого розвитку, необхідно здійснити децентралізацію сільського розвитку в Україні. Слід активізувати роботу зі створення громадсько-приватних партнерств у сільській місцевості. Одним із можливих варіантів для нашої країни може бути формування локальних діючих груп у рамках програми, аналогічної ініціативі LEADER, як це має місце у країнах ЄС. Важливим фактором є також активізація ролі сільських жителів у вирішенні проблем сільських територій через використання підходу „знизу-догори". Завдяки реалізації вищевказаних заходів представники місцевих громад матимуть можливість приймати безпосередню участь у процесі прийняття рішень щодо розвитку сільських територій, а це, у свою чергу, забезпечуватиме значно вищу ефективність реалізації заходів політики сільського розвитку.

Список літератури:

1. Павлов О. Сільський розвиток в Україні: теорія, практика, політика, управління: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2008. – 208 с.

2. Baldlock D., Dwyer J., Lowe P., Petersen J., Ward N. The Nature of Rural Development: Towards a Sustainable Integrated Rural Policy, A Ten-Nation Scoping Study for WWF and the GB Countryside (Countryside Agency, Countryside Council for Wales, English Nature and Scottish Natural Heritage), Synthesis Report, IEEP, 2001. – 52 с.

3. Giessen L., Böcher M. Integrated Rural Development Policy in Germany and its Potentials for New Modes of Forest Governance, Research Report 5-2008. Vienna, Austria: University of Natural Resources and Applied Life Sciences, Department of Economic and Social Sciences, Institute of Forest, Environmental, and Natural Resource Policy (InFER), 2008. – 114 с.

4. The Countryside Agency. Integrated Rural Development: An Approach to Modernising Rural Delivery to Achieve Sustainable Development, West Yorkshire, UK, 2005. – 33 с.

ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ЛОГІСТИКИ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Неценко С.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: ст. викладач Гужвенко С.М.

Аналіз розвитку споживчого ринку України останніх років свідчить про необхідність наукових досліджень та популяризації логістичних процесів з метою вдосконалення збутової діяльності виробничих підприємств. У вітчизняних промислових і торговельних підприємств виникають реальні проблеми зі збутом товарів. Причинами цього є: зниження рівня споживчого попиту (зниження купівельної спроможності споживачів), зростаюча конкуренція вітчизняних промислових підприємств, швидка зміна потреб та бажань споживачів, помітний ріст інвестувань у виробничу сферу економіки і не лише технологічні нововведення. У галузі виробництва продуктів харчування відбувається помітне зростання як виробничих, так і фінансових показників. Ринок зміщує підприємницькі акценти, а водночас і затрати товаровиробників з проблем виробничо-технічного характеру на проблеми збуту. Цю закономірність ринкової економіки достатньо визначив П.Дракер: „Збут завжди є одним із основних центрів витрат. І як такий, здебільше, перебуває у напівзамкнутому стані. Однією з причин такого становища є те, що витрати на збут розподіляються на весь економічний процес. Ще одна причина полягає в тому, що ці витрати є швидше схованими... пересування товарів та їх складування є компонентами тієї ж діяльності збуту."

Сьогодні є актуальними проблеми підприємців, як оптимізувати матеріальний поліс у сфері збуту та, внаслідок, отримати ефективні фінансові та матеріальні показники. Вагомим інструментом вирішення даних проблем є логістичний аналіз та оптимізація матеріальних і відповідних фінансових каналів у сфері збутової логістики виробничого підприємства. Логістичні дії (транспортування, зберігання, обслуговування замовлень), незалежно від того хто їх виконує – виробник, гуртовий торговець, роздрібні продавці стосуються усіх каналів і їх функціонування, а, відповідно, і ринкового успіху. Виграє та система, яка краще і швидше задовольняє потреби споживачів за найнижчими цінами. Канали, в яких постачальники і покупці продуктів керуються власними інтересами і прямують до максимізації індивідуальних прибутків, відійшли у минуле. Поєднуючи їх, операції купівлі-продажу змінюють своє значення. Прості поодинокі купівлі, в яких покупець, вибираючи джерела постачання, керується рівнем ціни, підлягають багатоетапній еволюції. Принципово змінюються стосунки між контрагентами. На початковому рівні співпраці партнери перестають бути анонімними, а повторюваність операцій приносить їм користь у вигляді мінімізації втрат і часу, пов'язаних з пошуком клієнта, переговорами, далі з її реалізацією і контролем. Пізніше стосунки переростають у довгострокові контракти, які регулюють взаємні стосунки фірм, що створюють так звані контактні канали дистрибуції. В цих контактах ціни, умови поставок, засоби взаємної підтримки партнерів визначаються шляхом переговорів, які спираються на взаємну залежність контрагентів.

Наступним етапом еволюції операції купівлі-продажу стає партнерська форма співпраці, яка передбачає довготермінову залежність результатів, які досягаються партнерами, від їх спільної поведінки у сфері, яка охоплена співпрацею. Найбільш привабливим прикладом цієї співпраці у каналах дистрибуції є організація поставок в системі "Just-in-time".

Подальше зміцнення співпраці фірм у каналах дистрибуції веде до створення стратегічних альянсів, наміром яких є реалізація спільної мети. Вони можуть виступати у різних формах, наприклад, угод про співпрацю, угод про патронат, угод про виключність продажу та інших. Вони виступають тоді, коли підприємства, шукаючи шляхи зміцнення своїх слабких сторін або шансів розвитку, розвивають партнерські відносини з учасниками каналу, які розташовані попереду або позаду у ланцюзі поставок. У результаті цих, все більш складних горизонтальних і вертикальних зв'язків учасників руху товарів виникають сітки підприємств, які спільно задовольняють потреби обслуговуваного ринку.

Ця еволюція призводить до того, що на розвинутих ринках за покупця конкурують не окремі фірми, а цілі ланцюги і складні сітки фірм.

При формуванні таких відносин особлива роль відводиться службі логістики, котра координуючи свої дії з стратегіями фінансового менеджменту та маркетингу, дозволяє узгодити технологічні та економічні аспекти у господарській діяльності підприємства. Використання логістичних систем управління матеріальними потоками значно покращує роботу фірм незалежно від їх розмірів і виробничої спеціалізації. Зокрема, за даними різних обстежень своєчасність забезпечення підприємства матеріалами при виконанні такої системи підвищується до 95-97%, рівень запасів готової продукції на складах скорочується на 10-12%, обсяг незавершеного виробництва – на 20-30%, кількість порушень строків поставок – в середньому на 30-35%. Розв'язанню цих завдань повинен передувати аналіз зарубіжного досвіду ефективної роботи логістичних систем, вагомі науково-методичні обґрунтування проектів створення і функціонування цих систем, підготовка спеціального персоналу.

МИТНА ЛОГІСТИКА В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Ніколаєвець А.Ю., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник:: к.е.н., доцент Глазун В.В.

Митна логістика – новітній прикладний напрямок логістики, ще недостатньо розкритий в літературі, зокрема в регіональному вимірі. Незважаючи на це, логістичну функцію митної діяльності впевнено називають серед тих важливих її функцій, як тарифно-регулююча, контрольно-пропускна, інформаційно-аналітична, фінансово-економічна, правова, виховна. Основою логістичної функції митної справи є логістична організація процесу митної переробки вантажів, яка об'єднує процеси реалізації митних режимів, пов'язаних з фізичним переміщенням зовнішньоторговельних вантажів через митний кордон. Логістика повинна забезпечити узгодженість матеріальних (товарних), інформаційних і фінансових потоків, оптимальну технологію забезпечення переміщення товарів через митний кордон з метою прискорення цього процесу, а також відпрацювання стандартних логістичних вимог як по відношенню до митних режимів (тобто стосовно митниць), так і до учасників зовнішньоторговельних операцій (експортерів, імпортерів, перевізників). Отже логістична функція митної діяльності охоплює дві складові: 1) логістизацію процесу митної переробки вантажів; 2) митну діяльність транспортно–логістичних компаній (як іноземних, що діють на території України, так і українських). Перший напрямок має основою аналіз митно – логістичних потоків, тобто товарно–інформаційно–фінансових потоків, пов'язаних з перетином митного кордону України зовнішньоторговельними потоками та справлянням відповідних митних зборів та платежів. Отже, основою митно – логістичних потоків є зовнішньоторговельні потоки, що носять транскордонний, транзитний характер. Вони включають вхідні (імпорт) та вихідні (експорт) види потоків. Їх супроводжують інформаційні потоки: вихідні (від митниць до центрального органу), вхідні (навпаки), супроводжувальні (документи на товар). Фінансові потоки, в свою чергу, бувають вихідні (перерахування мита до держбюджету) та вхідні (державне фінансування митниць).

Митна логістика характеризується компонентною, функціональною та регіональною структурою. Компонентна структура охоплює 15 митних режимів (пропуск товарів для вільного обігу; реімпорт; транзит; митний склад; магазин безмитної торгівлі; переробка на митній території; переробка під митним контролем; тимчасове ввезення (вивезення); вільна митна зона; вільний склад; переробка поза митною територією; експорт; реекспорт; знищення; відмова від товару на користь держави). Функціональна структура відображає основні функції митної діяльності та їх забезпечення (здійснення митного контролю; здійснення інших видів контролю; інформаційне, фінансове та матеріально – технічне забезпечення). Регіональна структура митної логістики включає її розгляд на 6 просторових рівнях: локальному (митний пост); мікро (митниця); мезо (регіональна митниця); макро (національна митна система); мета (митний союз); мета (глобальний митний простір). Нині значення митно – логістичної складової зовнішньоекономічної діяльності зростає на всіх регіональних рівнях прояву.

Зокрема на локальному рівні митна діяльність здійснюється на митних постах, які класифікуються за категоріями (міжнародні, міждержавні, місцеві); за видами (автомобільні, залізничні, морські, пішохідні, повітряні, поромні, річкові); за характером транспортних перевезень (пасажирські, вантажні, вантажно – пасажирські); за характером функціонування (постійні, тимчасові); за часом роботи (цілодобові, у визначений час). Україна межує з 7 країнами, на кордонах з якими визначено 234 пункти пропуску, з яких: міжнародних – 144, міждержавних – 36, місцевих – 55. На даний час працює 210 пунктів пропуску, у т.ч. міжнародних і міждержавних: для залізничного сполучення – 42, повітряного – 18, морського та річкового – 39, поромного – 4, автомобільного – 77.

Мікрорівень митно-логістичних систем представлений митницями – базовими підрозділами системи митних органів України, яких нараховується нині 50. В залежності від розміщення регіону діяльності, митниці поділяються на зовнішні (прикордонні), внутрішні, на кордонах і територіях спеціальних митних зон. На мезорівні митно-логістична діяльність зосереджується в регіональних митницях, яких у системі ДМСУ нині є 10 (Київська, Дніпровська, Донбаська, Подільська, Північна, Чорноморська, Карпатська, Східна, Західна, Кримська). Крім цього, окремо виділяються митниці прямого підпорядкування (Бориспільська, Севастопольська, Центральна енергетична та Оперативна). Макрорівень митно-логістичних систем – це рівень національної митної системи, що визначається як сукупність форм, засобів і методів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. В Україні ці функції здійснює Державна митна служба України (ДМСУ), якій підлягають регіональні митниці та митниці прямого підпорядкування, митниці та митні пости.

Нарешті, на метарівні митно-логістичних систем – у загальносвітовому митному просторі – відбувається координація таких взаємопов'язаних сфер, як зовнішньоторговельна, митна, транспортно-логістична. Так, з 1953 року діє Всесвітня митна організація, яка нині налічує 137 країн-учасниць, у т. ч. Україну. Міжнародне співробітництво з митних питань тісно переплітається з глобальними проблемами розвитку світової торгівлі товарами та послугами, так, у 1950 р. була прийнята "Брюссельська митна номенклатура", на основі якої пізніше були розроблені основні міжнародні системи класифікації товарів – Гармонізована система опису та кодування товарів (ГС –

використовує СОТ), Стандартна міжнародна товарна класифікація (СМТК – використовує ООН). На ГС базується і єдиний митний тариф України, що містить 21 розділ, 97 глав, найменування та цифрові коди яких уніфіковано з ГС. Глобальною за своїм масштабом багатосторонньою угодою в галузі митних тарифів є ГАТТ (Генеральна угода з тарифів та торгівлі), тепер – СОТ (Світова організація торгівлі), яка зіграла основну роль в лібералізації світової митної політики шляхом досягнення домовленостей про "митне роззброєння", тобто про консолідацію та зниження мита. Так, якщо на початку 1950-х рр. середній митний тариф становив 25-30%, то нині – менше 5%. Водночас відбувається уніфікація митної політики держав світу. Вступ України до СОТ сприятиме гармонізації національної митної політики з світовою.

Отже, логістична функція відіграє важливу роль в управлінні митною діяльністю в Україні. Зміст та особливості логістичної функції митної справи розкриває новітній науково-практичний напрямок – митна логістика. Вона характеризується наявністю регіональної, компонентної та функціональної структури.

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ

Ковбаса О.М., к.е.н.

Основна проблема розвитку малих організаційних форм підприємництва в аграрному бізнесі полягає у протиріччі між функціями, які покликане виконувати мале підприємництво в умовах ринкової економіки, і неможливістю це робити при сучасному стані розвитку малих агроформувань. Зазначене протиріччя загострюється тим, що раніше напрацьовані теоретичні і методичні уявлення відносно шляхів і механізмів стимулювання розвитку малих організаційних форм в аграрній сфері виробництва не мають системного характеру і не сприяють появі очікуваних від них результатів. Розв'язання цих проблем сприятиме більш ефективному виконанню малим аграрним підприємництвом своїх ключових функцій, до числа яких відносяться: впровадження інновацій та створення нових робочих місць; формування середнього класу та нового конкурентного підприємницького середовища; зменшення витрат на виробництво та швидке адаптування до кон'юнктури ринку, а також інших. Отже, проблемні питання, які розглянуті в дисертаційному дослідженні є безумовно актуальними, а їх вирішення є важливим завданням науково-дослідницької роботи в умовах структурних змін аграрної економіки.

Актуальність визначених проблемних питань зумовила вибір даної проблематики дослідження. Завдання дослідження полягає у частковому вирішенні наведеної вище основної проблеми розвитку малих організаційних форм підприємництва. Наукова ідея дослідження має бути матеріалізована в науковій гіпотезі, сутність якої полягає у спробі, на основі узагальнення наявних знань щодо розвитку малих організаційних форм підприємництва в аграрному бізнесі, сформулювати, використовуючи методологію системного і комплексного підходів, а також метод програмно-цільового прогнозування, нові концептуальні положення моделі перспективного розвитку зазначених форм, впровадження якої дозволить вирішити визначене вище протиріччя і забезпечити виконання малими аграрними підприємницькими структурами своєї місії в ринковій економіці.

Необхідно розвивати підходи до класифікації малих організаційних форм підприємництва в аграрному бізнесі, сутність яких полягає в напрацюванні класифікаційної схеми визначення видів малої підприємницької діяльності в аграрному бізнесі за трьома ознаками: майнова основа господарювання суб'єктів малого підприємництва, організаційно-правова форма підприємницької діяльності; напрямок діяльності суб'єктів малого підприємництва та у введенні в класифікацію групи "малі виробництва на базі особистих селянських господарств". Впровадження пропонованої класифікації дозволить більш чітко визначити економічну сутність і місце малих організаційних форм підприємництва в аграрному бізнесі.

Слід обґрунтувати розширення основ формування системи механізмів підтримки розвитку малих агроформувань, насамперед, пов'язаних з визначенням таких понять як механізм підтримки розвитку, система підтримки розвитку. Зміст поняття механізму підтримки розвитку малих форм підприємництва включає сукупність функціональних механізмів, кожен з яких характеризується послідовністю процесів, що визначають дії з підтримки й забезпечення розвитку, а також порядок їх виконання. До числа таких механізмів можна віднести: виробничий, фінансовий, інфраструктурний, кадровий, правовий і регуляторного забезпечення; державної і громадської підтримки, оподаткування та інші. Під системою підтримки розвитку малих організаційних форм підприємництва розуміється побудована за допомогою конструктивного підходу така, яка є засобом вирішення проблем соціально-економічного і організаційного розвитку малих форм підприємництва в аграрному бізнесі і визначається як кінцева множинність функціональних елементів і відносин між ними, що виділяється з середовища у відповідності до зазначеної мети в межах встановленого часового інтервалу. В якості елементів такої системи розглядаються методи, регламенти, процеси, сукупність певних норм та оціночних показників і параметрів.

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ СВІТОВОГО ПОПИТУ НА ЗЕРНО

Ольвач В.І., асистент

За спостереженнями продовольчої і сільськогосподарської організації ООН неврожай і природні катаклізми 2010 року призвели до того, що ціни на харчі у світі досягли рекордного рівня.

"У багатьох країнах - головних виробниках харчів, і, передусім, у США, ми опинилися у такій ситуації, коли навантаження на кожний гектар землі є максимальним, а потенціал до зростання може забезпечуватися лише заміною однієї сільськогосподарської культури на іншу. Проблема полягає у тому, що цього разу зросли не тільки ціни на зернові,- подивіться на сою, на бавовну, на цукор. Відтак, фермерам доведеться робити дуже нелегкий вибір, що вирощувати на своїй землі. І такий складний виборів доведеться робити і в Європі, і у Бразилії. Цього разу ми маємо бути готові до того, що високі ціни на харчі протримаються довше, ніж це було у 2008 році, хоча, можливо, ціни і не сягнуть таких рекордно високих рівнів. І, знову ж таки, високі ціни на харчі – це ще не продовольча криза. Але невизначеностей буде більше – таким є головний прогноз на майбутнє." - вважає головний економіст Продовольчої організації ООН Абдольреза Аббасьяна.

Нинішня криза відрізнятиметься від попередньої продовольчої кризи тим, що зачепить не тільки бідні країни та країни, що розвиваються. Вона впливатиме і на розвинені країни, передусім, держави Єврозони та Велику Британію у вигляді пришвидшеної інфляції через стрімке зростання цін на харчі, а також на всі світові компанії, діяльність яких пов'язана із харчами – від McDonald's до Kraft. Експерти FT вважають, що 2011 рік стане роком, коли світовий імпорт продовольства досягне нового рекорду у понад 1 трильйон доларів.

Ціни на зерно – один із головних продуктів харчування – у минулому році почали стрімко зростати після того, як Росія та Україна, одні із провідних експортерів зерна, фактично, заборонили його експорт.

Україна обмежує експорт зернових. Уряд лише дещо збільшив квоти, запроваджені по тому, як минулорічна посуха призвела до скорочення врожаю. Навіть при покращенні ситуації Україна навряд чи відновить експорт зерна у тих обсягах, які дозволили їй позаторік вийти на 3 місце серед експортерів зерна у світі.

Прем'єр-міністр Микола Азаров заявив, що віднині для України "пріоритетною буде переробка зерна всередині країни, а не експорт." Він назвав ганебним той факт, що Україна не може забезпечити власну продовольчу безпеку. Пан Азаров вважає, що це відбувається через відсутність "хазяїна" в української землі. Україна зіштовхнулася із такою ситуацією, коли вона сама себе не забезпечує продуктами харчування. Це говорить про те, що гострота проблеми, яка постала перед нашим аграрним комплексом, набула небачених форм, і стала загрожувати нашій безпеці. Що можна зробити, аби підняти наш аграрний комплекс? Потрібні колосальні інвестиції, а найголовніше - відчуття господаря, хазяїна тої землі, за яку ти відповідаєш, на якій ти працюватимеш, і від якої залежатиме твоє життя."

Зниження виробництва пов'язане із загибеллю врожаю пшениці в Росії і в США в результаті посухи та в Австралії і Канаді внаслідок повеней. Крім того, 42% посівів пшениці в Китаї постраждали від посухи.

Чекати, що у 2011 році Україна "нагодує" світ, не варто, - це 100%. Років через 2-3, якщо вдасться реалізувати те, що заплановано з точки зору залучення інвестицій, тоді можна буде говорити про якісь певні позиції, де ми можемо стати більш потужними експортерами.

Експерт консалтингової компанії «Агро-Перспектива» Лариса Гук каже, що у разі, як Україна мала б відповідні технології, кошти та інфраструктуру для того, аби своє зерно не експортувати, а конвертувати у виробництво м'яса та молока, то слова прем'єра про обмеження експорту можна було б вважати цілком правильними.

Експерт також вважає, що за умов зростання попиту на харчі у світі, Україна цілком могла б якщо не "нагодувати" світ, то хоча б отримати більший вплив на окремі ринки: "Потенціал у нас є. От, наприклад, біологічна врожайність, якщо взяти зернові, то Україна могла б виробляти не 40, а 80-100 млн. тон. Але ми не продукуємо таку кількість зернових, тому що у нас є проблеми із фінансуванням власне самого виробництва зерна, його переробки, і так далі. Якщо зважати на бажання влади, самих аграріїв та компаній, які мають фінансові ресурси і зацікавлені у розвитку аграрного сектору, то певні шанси є.

Японія - найбільший імпортер зерна зі США. Рада по зерну США вважає, що "землетрус, мабуть, вплине на торгівлю зерном" після того, як японські порти Кушіро, Хачінохе, Ішіномакі і Кашима були розбиті цунамі, а торгівля кормами і тваринницькою продукцією серйозно порушена, повідомляє УКРІНФОРМ.

За інформацією зарубіжних ЗМІ цього тижня ціни на зерно впали на 8,8%, зафіксувавши найбільше падіння з середини листопада 2010 року. Ф'ючерси на пшеницю з поставкою в травні знизилися на 2,9% до $ 7,1875/бушель. Пшениця подешевшала на 14%.

За прогнозами ФАО, світове виробництво пшениці в 2010-2011 роках знизиться більш ніж на 4% становитиме 653 млн. тон, тоді як попит зросте на 1,2% і досягне 667 млн. тонн.

ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Пилипкова А.С., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Єфанов В.А.

У теперішній час на ринку транспортних послуг конкуренція здобуває якісно нові риси: на фоні підвищення витрат на перевезення, жорсткості вимог до автотранспортних засобів підвищилися вимоги до якості перевізного процесу. У таких умовах функціонування підприємства неможливо без наявності ефективної системи керування. Сьогодні питання автоматизації транспортних компаній перестає бути питанням технологій, зараз це стає засобом підвищення ефективності бізнес-процесів, засобом нової організації економічної діяльності.

Одним з найбільш ефективних варіантів рішення завдань зниження витрат і поліпшення якості перевізного процесу є впровадження інформаційних систем маршрутизації, обліку та планування на автотранспортному підприємстві. Зокрема, таким реальним інструментом розвитку є система оптимізації вантажних перевезень.

Розглянемо найбільш популярні методи та інструментальні засоби, які застосовуються для рішення даної задачі на глобальному рівні

Метод Кларка-Райта, який був розроблений двома британськими вченими Г. Кларком (G. Clarke) і Дж.В. Райтом (J.W. Wright). Незважаючи на давнину розробки, він дотепер залишається одним з самих популярних методів для рішення даної задачі, про що свідчить практика його застосування. Метод Кларка-Райта належить до числа наближених, ітераційних методів і призначається для комп'ютерного рішення завдання розвезення.

Евристичні методи вставок - найкраще рішення для конкретних вихідних даних може бути знайдене шляхом послідовного застосування різних евристичних методів, використовуючи для порівняльної оцінки якості наближення довжину отриманого маршруту. Розглянемо 4 найбільш популярних евристичних алгоритми:

1. Метод найближчого сусіда (Nearest Neighbor);
2. Метод найближчого міста (Nearest Town);
3. Метод найдешевшого включення (Most Cheap Inclusion);
4. Метод мінімального остовного дерева (Minimum Spanning Tree).

У методі найближчого сусіда, пункти плану послідовно включаються в маршрут, причому, кожен черговий пункт, що включається, повинен бути найближчим до останнього обраного пункту серед всіх інших, ще не включених до складу маршруту.

Метод найближчого міста на кожному кроці алгоритму будує припустимий маршрут по поточній підмножині пунктів вже включених у маршрут, додаючи до нього новий пункт із числа ще не включених у маршрут, для якого найдеться найближчий сусід із числа пунктів, що вже належать маршруту.

Метод найдешевшого включення на кожному кроці алгоритму проводить припустимий маршрут по поточній підмножині пунктів, вже включених у маршрут, додаючи до нього новий пункт, включення якого між деякими суміжними пунктами приводить до мінімального збільшення вартості (довжини) маршруту.

Однак будь-який евристичний метод базується на формально не обґрунтованих міркуваннях, тому неможливо довести, що евристичний алгоритм для будь-яких вихідних даних знаходить рішення близькі до оптимального.

Створення оптимізованих маршрутів дозволяє точно визначити обсяг перевезень вантажів з постачальницько-збутових підприємств, кількість автомобілів, що здійснюють ці перевезення, сприяє скороченню простою автомобілів під завантаженням і розвантаженням, ефективному використанню рухливого складу й вивільненню зі сфер обігу значних матеріальних ресурсів споживачів. Разом з тим, планування перевезень дозволяє підвищити продуктивність автомобілів при одночасному зниженні кількості рухливого складу, що надходить на підприємство при тому ж обсязі перевезень.

Якщо створені оптимальні маршрути та дотримуються строки поставки, то виробничі запаси споживачів можуть скорочуватися в 1.5-2 рази, знижуючи тим самим витрати на складування. Необхідність маршрутизації перевезень вантажів обґрунтовується ще й тим, що маршрути дають можливість складання проектів поточних планів та оперативних заявок на транспорт, що виходять з дійсних обсягів перевезень.

Таким чином, розробка ефективних маршрутів і проектів планів перевезень сприяє своєчасному й безперебійному виконанню поставок продукції та ефективній взаємодії організацій-постачальників, одержувачів та автотранспортних організацій. Підбиваючи підсумок вищесказаному, можна з упевненістю сказати, що задача оптимізації маршрутизації транспортних засобів стає особливо актуальної в умовах даної економічної ситуації.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА

Приходько Н.В., студ. 6 курсу ІЗО, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Головко Г.М.

В останні десятиліття економічна криза в сільському господарстві торкнулась і галузі скотарства. Поголів'я корів в Україні зменшилось з 8378 тис. голів у 1990 році до 2856 тис. голів у 2008 році, або майже в 2,9 рази; виробництво молока зменшилось відповідно з 24508 тис. т до 12470 тис. т., або в 2 рази. Подібна ситуація склалась і в господарствах Донецької області, де виробництво молока зменшилось в 2,1 рази, а продуктивність корів лише трохи вища ніж в середньому по Україні.

Але окремі господарства Донецької області приділяють значну увагу молочному скотарству, кожного року збільшують поголів'я корів та обсяги виробництва молока.

Так, в товаристві з обмеженою відповідальністю «Агрофірма «Нива» Мар'їнського району Донецької області молочне скотарство є основною галуззю. При товарності молока 90% грошова виручка від реалізації молока в 2009 році склала 3299 тис. грн.., або 40,0% від всієї товарної продукції, а від галузі скотарства в цілому відповідно 54,0%.

Починаючи з 2005 року в господарстві проведена значна робота по розширенню дійного стада до 350 голів в 2009 році, що на 16,7% більше рівня 2005 року. Удій на одну корову за рік виріс з 4643 кг в 2005 році до 6019 кг в 2009 році, або на 22,6%, річний приріст продуктивності склав майже 300 кг. Все це обумовило збільшення валового виробництва молока в 1,4 рази. Підвищення реалізаційних цін на молоко обумовило збільшення прибутку до 1058,0 тис. грн.. в 2008 році при рівні рентабельності 51,7%, проти 48,3% в 2005 році.

Проведені дослідження молочного скотарства в господарстві свідчить, що в найближчі 2-3 роки поголів'я корів можна довести до 400 голів, згідно наявних скотомісць, підвищити продуктивність корів до 6500 кг на рік, знизити собівартість молока та збільшити прибуток від реалізації цієї цінної продукції, Для цього необхідно оздоровити стадо корів, шляхом введення нетелів щорічно не менше 20-25 відсотків, значно покращити племінну роботу.

На основі рекомендацій інституту тваринництва УААН нами розроблений план виробництва кормів в господарстві на 2011 рік. Планується витрачати в денному раціоні корів концентратів в розрахунку на 1 кг надою молока 300г, збільшені норми витрачання сіна до 8ц за стійловий період, розроблений план зеленого конвеєра на пасовищний період, який дозволить безперебійно забезпечувати поголів'я тварин зеленими кормами на протязі пасовищного періоду. Кормові культури для поголів'я ВРХ займуть 32% площі ріллі. Так, програма кормових культур повинно повністю забезпечити поголів'я корів та молодняку ВРХ на період з урожаю 2011 року до урожаю 2012 року.

Значна увага буде приділена багаторічним травам, які в структурі посівних площ кормових культур займуть майже 4,3%. В господарстві планується налагодити власне виробництво насіння багаторічних трав. Для цього планується виділити 50 га посівів. З метою підвищення урожайності сінокосів і пасовищ будуть проводитись поверхнева обробка з внесенням добрив.

Згідно схеми зеленого конвеєра планується відвести 166 га під пожнивні посіви, для використання зеленої маси в вересні та жовтні місяцях. Значну увагу буде звернуто на своєчасну та якісну заготівлю кормів, що дасть змогу зменшити їх витрати на виробництво молока.

Нами розраховані провізорно витрати по утриманню поголів'я корів на 2011 рік.

Статті витрат	на 1 гол. грн.	Всього, тис. грн.
Оплата праці з нарахуваннями	1403,2	561,3
Вартість кормів	4376,5	1750,6
Засоби захисту тварин	159,3	63,7
Роботи та послуги	288,8	115,5
Утримання основних засобів	1077,1	430,8
Інші витрати	166,9	66,8
Загальновиробничі витрати	113,8	45,5
Всього	7585,6	3034,2

Таким чином, реалізація розроблених нами заходів по удосконаленню відтворення стада корів, поліпшення годівлі та умов утримання дозволить довести продуктивність корів в 2011 році до 6500 кг на рік, або на 8,3% вище 2009 року, збільшити обсяг виробництва молока до 2600т, або на 23,4% більше відповідно 2009 року, підвищити продуктивність праці на 2,7%, зменшити на 4,8% витрати кормів на 1 кг молока, що дасть можливість знизити собівартість молока на 8,0 відсотків. Прибуток від реалізації молока повинен скласти 1516,3 тис. грн. при рівні рентабельності 64,8 відсотки.

Такий прибуток дозволить господарству більш успішно розвивати галузь молочного скотарства та підвищити матеріальну зацікавленість працівників ферм в кінцевих результатах роботи.

ТРАНСПОРТУВАННЯ, ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНА ОБЛАСТЬ ЛОГІСТИКИ

Ткачова А.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Логістика»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Глазун В.В.

Ключова роль транспортування у логістиці пояснюється не тільки великою питомою вагою транспортних витрат у загальному складі логістичних витрат, але і тим, що без транспортування неможливе саме існування матеріального потоку.

Роль транспортування настільки велика, що коло питань, які стосуються цієї ключової комплексної логістичної активності, виділене у предмет вивчення спеціальної дисципліни-транспортної логістики.

Нині в органах державного управління все частіше виносяться на обговорення питання створення логістичних, товаропровідних систем, що мають велике практичне значення для усієї транспортної галузі, у рамках якої постачальники, транспорт, митні органи, оптові посередники розглядаються як ланки єдиного процесу руху товару.

Стратегічною метою державної транспортної політики є розвиток конкурентоздатного і надійного транспорту, супутніх послуг і потужностей для задоволення потреб економіки і населення, а також залучення економічно вигідних транзитних потоків через територію країни.

Завдяки транспорту, процес руху (починаючи від постачальників сировини і матеріалів, охоплюючи різного роду посередників, і закінчуючи споживачами готової продукції) товару трансформується в технологічний ланцюг, а транспорт стає невід'ємною частиною єдиного транспортно-виробничого процесу. У цьому ланцюзі основні функції транспорту полягають в переміщенні вантажів і їх зберіганні.

Виділенню транспорту в самостійну область логістики сприяють наступні основні чинники:

- здатність транспорту реалізувати основну ідею логістики - створити надійно, стійко і оптимально функціонуючу систему "Постачання - виробництво - розподіл - споживання";
- неминучість рішення цілого ряду складних транспортних проблем при виборі каналів розподілу сировини, напівфабрикатів і готової продукції у рамках логістичної системи;
- висока доля транспортних витрат, максимальна величина яких досягає 50 % в загальних логістичних витратах на просування товару від первинного джерела сировини до кінцевого споживача готової продукції;
- наявність великого числа транспортно-експедиційних підприємств, що відіграють значну роль в організації оптимальної доставки товарів, як у внутрішніх перевезеннях, так і в міжнародних повідомленнях.

Транспортна логістика вирішує великий круг завдань, серед яких в якості основних можна виділити, :

- вибір способу транспортування і транспортного засобу;
- визначення раціональних маршрутів доставки;
- спільне планування транспортних процесів на різних видах транспорту (у разі змішаних перевезень);
- транспортування.

Нині існує значна кількість думок про суть і завдання транспортної логістики. Різні учасники процесу руху товару вкладають в поняття транспортної логістики сенс, що відноситься до тієї сфери діяльності, якою вони займаються.

З точки зору вантажовласника (менеджера-логіста підприємства) транспортна логістика, це, в першу чергу, можливість вибору способу транспортування і транспортного засобу, а також визначення маршрутів доставки, що забезпечують задоволення його критеріїв переваги.

З точки зору перевізника це наявність таких технологій перевізного процесу, а також відповідних технічних і транспортних засобів, які забезпечують його затребуваність при формуванні конкретного логістичного ланцюга.

Координатор (оператор) перевезення, що працює на умовах аутсорсинга від імені вантажовласника, включає в поняття транспортної логістики комплекс питань, пов'язаних з оформленням взаємин з перевізником на умовах, що максимально задовольняють клієнта (вантажовласника), а також забезпечення взаємодії різних видів транспорту при організації перевезення конкретного вантажу у рамках мультимодальних (змішаних) перевезень.

Основна мета логістики у сфері транспорту полягає в усуненні перебоїв в безперервному переміщенні товарів і транспортних засобів від пункту походження до пункту призначення. Принципи транспортної логістики стають основним напрямом вдосконалення транспортних технологій у сфері руху товару, інтеграції виробничих і транспортних процесів. В результаті, і окремо взятій транспортній компанії, і транспортній галузі в цілому все важче зберігати конкурентоспроможність за рахунок екстенсивного розвитку.

Таким чином, поняття "Транспортна логістика" не є аналогом поняття "транспортування", а є функціональною областю логістики, що відповідає за фізичне переміщення матеріальних благ.

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Пономаренко Н.М. к.е.н., доцент
Полтавський С.К., асистент

Реструктуризація це радикальні зміни в структурній діяльності підприємств, які включають в себе такі характеристики як: комплексна, перманентна трансформація; зміна системи економічних відносин і механізмів господарювання; охоплення змінами всіх сфер і систем підприємства; сукупність організаційних, виробничих, адміністративних заходів у відповідності з новою стратегією розвитку; мета – підвищення стійкості і ріст конкурентоспроможності підприємства.

Під управлінням процесом реструктуризації розуміється сукупність послідовних і ефективних управлінських дій щодо планування, організації, мотивації і контролю, необхідних для чіткого здійснення основних етапів реструктуризації і досягнення її цільових результатів.

Україна взагалі а Сумська область зокрема має значні переваги перед європейськими державами за природно-економічним потенціалом для влаштування промислового садівництва. Це передусім підтверджується тим, що тут за умов найповнішого використання таких чинників як висока економічна ефективність садівництва та поглиблення зональної спеціалізації, можна успішно вирощувати всі без винятку плодові і ягідні культури помірного клімату.

В Сумській області з 24500 га садів в 1985 році на 2010 рік залишилось 3100 га. Валовий збір відповідно зменшився з 82,6 тис. тон. до 9,5 тис. тон. (Плакати 1,2,3) В 90-і роки минулого століття продукція садівництва та її переробки складала близько 10 % відсотків валового продукту області, сьогодні це не досягає 1 %.

Населенням Сумської області за 2010 рік було спожито 38,4 тисяч тон, що з розрахунку на одну особу складає лише 32,6 кг плодів і ягід. Необхідно підкреслити, що із спожитих 38,4 тис. т в області вирощено 9,5 тис. т (25 %), з яких 8 тис. т за умовними розрахунками вирощено населенням. Слід відмітити, що сади присадибних ділянок представлені дуже примітивним сортовим складом, догляд за збереженням плодів і ягід в них незадовільний і тому про якість і конкурентоздатність останніх говорити не можна. В підсумку: частка якісної продукції місцевого виробництва становить 3,7 %, імпорт – 75 %, решта 21 % - сумнівної кількості і якості.

Узагальнення проблем розвитку садівництва в Сумській області дозволило нам виділити найбільш важливі з них, на вирішення яких доцільно звернути увагу в процесі реструктуризації галузі зокрема це:

- відсутність раціональної структури і розміщення;
- недосконале інформаційне забезпечення;
- низький рівень селекційної і сортової роботи;
- недосконалі технології виробництва;
- низька культура споживання плодово-ягідної продукції;
- відсутність кваліфікованих спеціалістів;
- опора на садівників аматорів та ентузіастів;
- низький рівень роботи з домашніми господарствами з питань садівництва;
- несприятлива кон'юнктура ринку;
- відсутня ефективна інфраструктура галузі;
- відсутність переробної промисловості;
- відсутність системної державної підтримки;
- відсутність ефективної регіональної політики щодо розвитку галузі;
- нерозвинена система дорадництва з питань садівництва.

Аналіз стану садівництва в регіоні свідчить про те, що подальший розвиток галузі і господарств повинен бути пов'язаний з радикальними змінами для цього необхідне проведення реструктуризації галузі і напрацювання нової концепції її розвитку.

Процес реструктуризації потребує чіткої стратегії і тактики управління, для цього необхідно мати обґрунтовану цільову програму реструктизаційних заходів як на рівні регіону так і господарств які займаються або планують зайнятися садівництвом.

Вже на етапі програмування процесу управління реструктуризацією необхідно визначити пріоритетні цілі, які ми повинні досягнути в процесі реструктуризації.

Ми вважаємо, що в найближчій перспективі слід більше уваги приділити вирощуванню ягідної продукції зокрема: смородини, суниці а в зоні Полісся чорниці та голубики.

ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНИХ КООПЕРАТИВІВ

Галушко О.О., аспірант

Функціонування ринкової економіки порушило питання про необхідність більш зваженого підходу до використання обмежених фінансових ресурсів. У зв'язку з цим гостро стоїть проблема формування ефективної системи закупівель продукції для потреб підприємства й реалізації процесу управління нею.

Різні аспекти теорії вироблення й прийняття управлінських рішень при закупці товарів та послуг кооперативами досить повно й різнобічно пророблялися багатьма вченими нашої країни, серед яких слід виділити: В.Зіновчук, М.Туган-Барановський, А.Савченко, В.Смиричинський, О.Шатковський та ін.

Кінцева ціна товару (послуги) часто значно перевищує її собівартість та ціну виробника. При цьому і безпосередній виробник, і кінцевий споживач змушені сплачувати сформовану підприємцями - посередниками ціну, відшкодовуючи всім причетним до просування товару понесені ними витрати та сплачуючи кожному з них надбавку у вигляді прибутку.

Альтернативою сучасним викликам є організація закупівельного кооперативу. Він звичайно складається із двох або декількох незалежних організацій, які формально або неформально, за підтримки або без підтримки третьої особи поєднуються з метою консолідувати свої потреби в матеріалах, послугах або інвестиціях.

Кооператив надає послуги своїм членам з метою скорочення витрат або підвищення дохідності їхніх господарств. Цей принцип тісно пов'язаний з попереднім і підкреслює економічну мету діяльності кожного кооперативу, яка знаходиться у сфері господарського виробництва кожного його члена. Підприємства, що є членами кооперативу залишаються самостійними приватними господарствами. Кооператив лише створює умови для отримання переваг та можливостей, які є у великих підприємств. Це дає можливість одержати кращі ціни, послуги або технології, чим якби вони робили це поодинці.

Спільна закупівля, проведена декількома незалежними підприємствами, не є чимсь новим. Продавці й виробники сільськогосподарської продукції Західної Європи вже давно об'єднали свої індивідуальні потреби, підвищивши, таким чином, значимість свого попиту на ринку.

Кооперативна форма організації матеріально-технічного постачання поширена в країнах Західної Європи — Німеччині, Великій Британії, Данії, Франції, Нідерландах, Ірландії, Австрії, Фінляндії, Люксембурзі. Але в більшості країн, як і в прикладі зі Швецією, спостерігається тенденція до формування багатопрофільності постачальницьких кооперативів завдяки поєднанню функцій постачання, маркетингу і сервісу тимчасові послуги, головним чином для залучення додаткової кл, тури. Кооперативи є надійними гарантами якості поставлених товарів.

Однак постачальницька кооперація в сільському господарств; постійно відчуває тиск великих компаній-виробників засобів виробництва, що мають власну дилерську мережу. Досить скромними е позиції кооперативного сектора в постачанні сільськогосподарської техніки і пального, оскільки ця сфера значною мірою контролюється транснаціональними корпораціями, що мають розгалужену розподільчу систему. Проте роль постачальницької кооперації у Західній Європі залишається важливою особливо щодо комбікормів, добрив і засобів захисту рослин. Інтенсивний тип західноєвропейського сільського господарства потребує надійної та добре контрольованої системи придбання ТМЦ.

Співпраця багатьох людей, їхня кооперація мають ряд переваг порівняно з індивідуальними діями у сфері товарно-грошового обігу кооперація забезпечує отримання додаткових переваг. У цій сфері кооперація дає змогу значно скоротити витрати за рахунок концентрування коштів та уникнення необхідності користування послугами посередників.

Кооперативи, що володіють ефективною інформаційною, домагаються кращих результатів, тому що завдяки цьому підприємства можуть значно знизити витрати на формування й управління кооперативом.

Партнерство при закупівлях повинне бути побудоване на прагматичних основах.

Усі партнери погоджують у договорі про наміри своє прагнення спільно виступати на постачальницьких ринках. Підприємство з більшими потребами в матеріалах, як правило, бере на себе управління й координацію діяльності інших партнерів. Разом з постачальниками складається текст договору, однак з кожним партнером укладається окремий договір. У цих договорах можуть утримуватися спеціальні для кожного підприємства застереження про обсяги поставок. Це дозволяє обходити складні юридичні проблеми відповідальності за продукт.

Отже кооперативні об'єднання створюються для планування, проведення проекту й контролю в рамках спеціальних і спільних постачальницьких проектів. Спільна робота може включати розробку Інтернет сайту або електронного каталогу, загальний обмін знаннями й інструментарієм, визначення стандартних процесів для партнерства при закупівлях, для реклама підприємств зовнішнім партнерам, обмін інформацією і т.д.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ

Сергієнко В.О., ст. викладач

Внаслідок радикального реформування системи економічних відносин, яка існувала досі, та допущених економічних прорахунків на цьому шляху, виникли кризові явища, що виходять за межі якоїсь однієї галузі й охопили увесь господарський комплекс держави. Особливо глибока кризова ситуація склалася в аграрному виробництві, як наслідок – криза продовольства та інші негативні явища, що її супроводжують. При цьому найбільший спад виробництва сільськогосподарської продукції спостерігається у тваринництві, зокрема у молочному скотарстві.

За період з 1990 по 2009 роки чисельність поголів'я корів в усіх категоріях господарств України зменшилася з 8378 до 2737 тис. гол., а виробництво молока – з 24508 до 11610 тис. тонн. Спад у виробництві призвів до скорочення споживання молока, яке протягом останніх років становить 219-225кг на душу населення, а також до низки проблем соціального зрізу. Молочне скотарство потребує реалізації нових підходів, які б дали реальну можливість вивести його з тяжкого кризового стану.

Агропромислове виробництво та аграрна економіка України стоять перед стратегічним вибором виробничих і соціальних пріоритетів у своєму розвитку. Тотальне реформування системи організаційно-економічних відносин, яке відбувається донині, виходить за рамки якоїсь однієї галузі народного господарства і є викликом не лише для окремих товаровиробників продукції, галузей тощо – воно активно впливає на формування якісно нових взаємовідносин у суспільстві, в першу чергу позначається на перебудові психологічних аспектів світосприйняття і створення „ринкового" мислення, яке відмінне від традиційного. Тому правильний вибір стратегії і тактики розвитку молочного скотарства в Україні є можливим при аналізі організаційно-економічних умов, в яких вказані процеси виникли і відбуваються.

Розвиток молочного скотарства відбувається під впливом чинників, які умовно поділяються на динамічні, що можуть бути змінені в коротко-строковому або середньостроковому періодах – економічні, організаційні, технологічні, і відносно статичні, які склалися впродовж багатьох років, навіть століть, і не можуть бути змінені в коротко- чи середньостроковому періодах – природно-кліматичні, біологічні, соціально-культурні. При цьому природний, виробничий і науковий потенціал України сприятливий для розвитку молочного скотарства і дозволяє при його правильній організації входження України до складу основних виробників і експортерів молока у світі.

Сучасний кризовий стан молочного скотарства є наслідком слабкої організаційно-економічної адаптації до ринкових умов. Досягнення високих показників діяльності забезпечується грамотною адаптаційною політикою на макро- і мікрорівнях, яка представляє собою концепцію розвитку і передбачає розробку, впровадження та реалізацію економічних, правових, організаційних, соціальних, кадрових та інших заходів щодо подальшого розвитку молочного скотарства.

На наш погляд розвиток молочного скотарства має відбуватися у трьох напрямах:

- перший напрям передбачає підвищення продуктивності худоби шляхом поліпшення рівня годівлі поголів'я, ліквідації білкового дефіциту в кормах на основі удосконалення структури кормо-виробництва, збільшення в раціонах тих видів кормів, які максимально сприяють зростанню виходу продукції в розрахунку на голову худоби і поліпшення її якості, з урахуванням зональних умов. Цей напрям також передбачає впровадження найбільш прогресивних методів збирання, зберігання і підготовки кормів до згодовування; збільшення виробництва і розробки рецептів комбікормів для окремих статево-вікових груп худоби; створення і підвищення ефективності використання культурних пасовищ; обґрунтування режимів годівлі корів на різних стадіях їх репродуктивного циклу та ін.;

- другий напрям, пов'язаний з удосконаленням існуючих і створенням нових порід, пристосованих до місцевих умов. Основна мета – підвищення продуктивності худоби, її скоростиглості, плодючості, поліпшення оплати кормів і якості продукції. Цей напрям передбачає посилення племінної роботи з наявними породами і поліпшення породного районування; поглиблення спеціалізації худоби за характером одержуваної продукції; подовження строку використання високопродуктивного маточного поголів'я; дотримання найбільш ефективних строків отелення корів; удосконалення техніки штучного запліднення тварин, а також відповідної апаратури й обладнання;

- третій напрям передбачає, в основному, скорочення трудових і матеріально-грошових затрат на виробництво одиниці продукції на основі підвищення продуктивності худоби, впровадження комплексної механізації трудомістких процесів на молочних фермах і найбільш досконалої технології утримання тварин.

Майбутнє розвитку молочного скотарства має бути за великими спеціалізованими господарствами різних форм власності, що доведено світовою і вітчизняною практикою. Поряд з цим особисті селянські господарства протягом найближчого часу утримуватимуть провідні позиції у виробництві молока. Незважаючи на те, що розширення сектора особистих селянських господарств не може бути віднесено до стратегічних напрямів формування майбутньої структури ринкового типу, в період відродження молочного скотарства у великих господарствах з виробництва молока цей сектор слід підтримувати, створювати сприятливі умови для його діяльності.

САМОМЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ

Дубовик С.Г., к.е.н., доцент

Сучасній людині для того, щоб встигати йти в ногу з часом, необхідно вдосконалювати саму себе. Крім того, щоб керувати іншими, необхідно навчитись керувати собою.

Виходячи із концепції діяльності ВНЗ і їх головної мети діяльності – формування творчої особистості випускника вузу необхідне звернення до само менеджменту як форми самовдосконалення людини.

Самоменеджмент, як один із напрямків науки про управління, являє собою послідовне і цілеспрямоване використання випробуваних методів роботи в повсякденній практиці для оптимального і ефективного використання свого часу.

Найбільш визнаними у науковій літературі є так дефініції само менеджменту:

1. це наука про самоорганізацію і самоуправління людини; має широке застосування в практиці підготовки фахівців з управління персоналом4

2. це робота над собою в рамках особистісного розвитку та оновлення методами ділової активності, зокрема керування проектами і грошима;

3. це керування власним життям.

До переваг само менеджменту Л.Зайверги відносить: виконання роботи з найменшими затратами, краща організація праці, кращі результати праці, менше поспіху і стресів, більше задоволення від праці, більша мотивація праці, менша завантаженість роботою, менше помилок при виконанні своїх функцій, досягнення життєвих цілей найкоротшим шляхом.

Концепція самоменеджменту В.Андрєєва базується на визначенні у якості інтегральної узагальненої характеристики сучасного студента творчого характеру його особистості, особистості, здатної до безперервного саморозвитку і самореалізації в одному, а частіше – у кількох видах творчої діяльності.

Головна мета само менеджменту полягає в тому, щоб максимально використати особистісні можливості, свідомо керувати ходом свого життя (самовизначатись) і переборювати зовнішні обставини і на роботі, і в особистому житті.

Самоменеджмент в комплексі вміщує самоорганізацію, самоуправління, самоконтроль і самовиховання.

Самоорганізація – це вміння розподілити час, економно його використовувати та раціонально організовувати свою розумову працю.

Методами самоорганізації менеджера є такі: оволодіння науковою організацією праці (творчий пошук); участь у нових видах діяльності; оволодіння новими технологіями (зокрема інформаційними).

Самоорганізація менеджерів відбувається на двох рівнях:

1. Технологічному – від забезпечення процесу праці менеджера необхідною оргтехнікою, приміщенням і т.д., до розробки та застосування найраціональніших режимів, методів, прийомів, алгоритмів управлінської діяльності;

2. Психологічному – це організація менеджером самого себе, внутрішнього (духовного) світу особистості.

Самоуправління – це свідома доцільна діяльність людини, яка здійснюється по мірі переходу від усвідомлення спонукальних мотивів діяльності, потреб та пошуку найкращих способів їх задоволення до реалізації останніх із узагальненням досвіду того та іншого.

Виокремлюють чотири типи самоуправління: морально-вольовий; аморально-вольовий; абулічний (слабкий); імпульсивний.

Самоконтроль дає змогу оцінити якість та ефективність своєї діяльності, витрати часу на виконання певної роботи, використання прийомів та технічних засобів, ресурсів, відповідність зусиль тим завданням, які вирішуються.

До основних форм самоконтролю відносять: самоаналіз, самооцінка, самозвіт, тестування.

Самовиховання – це вплив на свою волю, який базується на вмінні вибудовувати свою лінію життя шляхом подолання людиною своєї природної та соціальної обмеженості. Реалізація програми самовиховання передбачає використання наступних прийомів: само переконання – студент у конкретній ситуації відшукує аргументи, щоб переконатися в правильності своїх дій; самонавіювання – психічний вплив шляхом повторення подумки чи вголос певних суджень до повного оволодіння собою; самозаохочення використовується за необхідності подолати негативні риси характеру; самосуд – прояв незадоволення своїми діями, вчинками, поведінкою; само наказ – прийняття рішення не відступати від власних принципів діяльності та ін.

Для розв’язання проблеми готовності майбутніх менеджерів до професійного самовдосконалення необхідно створювати у вузах комплекс педагогічних умов, спрямованих на формування готовності майбутніх менеджерів до само менеджменту як форми професійного самовдосконалення.

ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПІДХІД В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Заболотна Т.М., ст. викладач

Успішне формування сучасного спеціаліста можливе за умов здійснення комплексного підходу до навчання та виховання, які за своїм змістом є процесами суспільними. Тим не менш, ці процеси завжди набувають особистісну, індивідуальну форму – форму безпосереднього зв'язку конкретних осіб: викладача та студента. Відмічаючи виключну складність, динамічність, суперечливість системи відносин «викладач-студент», не можна не відмітити найважливішого – в цих відносинах закладений великий виховний потенціал: вони формують моральні риси студентства. Якщо ці взаємовідносини мають формальний характер, то молодь отримує уроки байдужості до оточуючих. Тому перед викладачем постає завдання не просто знати предмет і методику його викладання, а й досконало володіти прийомами педагогічного спілкування, розумно використовувати емоційну сферу студентів в процесі навчання.

Здійснити індивідуальний підхід до студента не можливо без демократизації спілкування, що, в першу чергу, передбачає доброзичливість та щирість. Демократичний стиль спілкування – це діалог рівних. Погляди студента, навіть якщо вони не відповідають поглядам викладача, не можуть бути просто відкинуті. Викладач має переконати студента в своїй правоті, роз'яснити помилковість його суджень. Тільки за умов відмови від шаблонних навчань та пустих рекомендацій своїм студентам, викладачу можна розраховувати на їх довіру. Особливе значення при цьому має повага викладача до людської гідності кожного студента, що є свідченням педагогічного такту.

Індивідуальний підхід до студентів можна здійснювати при індивідуальному спілкуванні, що виникає з будь-якого приводу і в різних формах. Для цього не обов'язково залишати студента після занять і вести тривалі розмови, достатньо 5-7 хвилин перерви чи спільної дороги з університету, індивідуальної консультації, короткого обміну думками під час екскурсії або часу очікування початку будь-якого заходу. Такі бесіди сприятимуть реалізації виховної мети: сформувати інтерес, викликати відвертість, симпатію один до одного.

Важлива умова реалізації індивідуального підходу в навчанні – всебічне вивчення рівня знань і особливостей студентів, облік результатів успішності. Це дозволяє контролювати хід навчання, робити висновки про виконання планів і реальність планування. Перевірка, облік і оцінка результатів навчання має велике виховне значення, бо це розвиває у студентів почуття відповідальності, дисциплінує їх, навчає бути вимогливими до себе, не повторювати помилок. Новизна, нестандартність в навчальному процесі дозволяють підтримувати у студентів постійний живий інтерес до предмету, перетворюючи кожного з них в активного співучасника. А такі поняття, як педагогіка співробітництва, навчання на тлі віри в успіх, в свої сили, емоційна атмосфера занять, стали особливо популярними в сучасному педагогічному лексиконі, виступаючи не тільки в якості рекомендацій або побажань, але й як найважливіші вимоги до діяльності викладача.

Визначаючи для себе певні задачі з виховання студентів, викладачеві варто внести в свій план роботи і питання організації їх самовиховання у відповідності з індивідуальними особливостями. Формувати у кожного студента потребу в самовихованні є обов'язковою ланкою в реалізації індивідуального підходу. А ця справа більш складна, ніж просто навчати. По-новому звучать і вимоги до студентів. Виховання потреби до самовдосконалення включає в себе вимоги відповідальності, нетерпимого відношення до різного роду «виховного егоїзму». Виховання, що не бере до уваги ці вимоги, ігноруючи установку на самовдосконалення особистості, перетворюється в просту формальність. Єдність виховання та самовиховання – ефективний спосіб досягнення суттєвих результатів у професійній підготовці та моральному вихованні майбутніх спеціалістів.

Необхідність індивідуального підходу пов'язана з тією обставиною, що будь-який вплив на студента відбувається через його індивідуальні особливості, через «внутрішні умови», без врахування яких неможливий дієвий процес виховання. Проте, слід зазначити, що індивідуальний підхід не суперечить принципу колективізму. Навпаки, в тісній взаємодії обидва принципи налаштовують на створення сприятливих умов для активної спільної роботи студентів в період навчання, вимагають урахування психологічних відмінностей, рівня підготовки та здібностей студента з метою найкращого використання їх можливостей. В умовах колективної діяльності здійснюється взаємодопомога та взаємодія студентів, взаємовплив колективу на особистість та особистості на колектив.

Проте, викладач тільки тоді здатний добитися успіху, коли він зможе виробити індивідуальний підхід не тільки по відношенню до кожного студента але й до самого себе. Знайти свій власний стиль викладання, спілкування зі студентами – одна з вагомих складових діяльності викладача-професіонала. Це спосіб не стільки отримувати ефективну віддачу від кожного студента, скільки виявити ту неповторну своєрідність, унікальність особистості, які складають головну цінність кожної людини. Тільки за таких умов викладач стає справжнім авторитетом серед студентів і тоді індивідуальний підхід до кожного з них виступає важливим засобом виховання.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Кононенко Р.М., асистент

Методологія та методика визначення ефективності управлінських рішень досліджується на протязі багатьох років вченими як в Україні так і в зарубіжних країнах. Великий вклад в розробку даної проблеми внесли українські вчені Н.Г.Чумачесенко, Р.И.Жаботина, В.А.Беспалов, Й.С.Завадський, В.П.Галушко та інші, російські вчені О.В.Козлова, Г.А.Брянських, М.Л.Разу, О.І.Ларичев, Ю.Н.Солнишков та інші, американські – Р.Л.Кіні, Х.Райфа, Р.В.Браун, Р.М.Замора та інші, а також І.Кхол (Чехія).

Вибір ефективних управлінських рішень не можливий без всебічного аналізу комплексу взаємозалежних чинників, визначення і порівняльної оцінки можливих альтернатив і допустимих планів дій. Тому широке застосування в процедурах прийняття управлінських економічних рішень знайшли математичні методи: моделювання, аналізу, балансування, імітаційного моделювання, прогнозування, оптимізації, підтримки прийняття рішень. Серед фундаторів цієї наукової і високоефективної галузі знань зазначимо В.Монтьева, Дж.Неймана, Л.Канторовича, Дж.Дантціга, В.Глушкова.

Ефективність системи управлінських рішень можна визначати за показниками використання основних факторів виробництва: робочої сили, землі, технічних засобів. При цьому слід враховувати соціальні та психологічні аспекти проблем, оскільки заходи вдосконалення організації праці, виробництва і управління повинні сприяти не тільки збільшенню виробництва споживчих вартостей, економії живої і уречевленої праці, а й поліпшенню психологічного клімату, взаємовідносин в колективі, зростанню задоволеності від праці. При оцінці рішень одночасно з показниками поточної ефективності, доцільно визначати й довгострокові результати, тобто прогнозувати економічні, технічні, соціально – економічні і екологічні результати реалізації прийнятих рішень.

Залежно від інформаційних умов, в яких приймаються управлінські рішення, методи їх обґрунтування поділяються на три групи:

1) методи, що застосовуються в умовах повної визначеності інформації про ситуацію прийняття рішення. До них належать аналітичні методи та методи математичного програмування;

2) методи, що використовуються в умовах імовірнісної визначеності інформації про ситуацію прийняття рішення (серед них ті самі методи математичного програмування та статистичні методи);

3) методи, що застосовуються в умовах невизначеності інформації про ситуацію прийняття рішення, серед яких розрізняють переважно теоретико-ігрові методи.

В методологічному і методичному відношенні ефективність управлінських вирішень характеризують групи показників, які відображають: вирішення проблемних ситуацій; ефективність процесу вирішення проблем; раціональність управлінського циклу; ефективність використання управлінського потенціалу; якість управлінських вирішень; ефективність і конкурентоспроможність рішень; етичну і соціально-культурну ефективність процесу вирішення проблем, а також прийнятих і реалізованих рішень; оцінку наслідків вирішення проблем.

Опанування методів теорії статистичних рішень передбачає вміння використовувати специфічні критерії, серед яких основними є:

- критерій Уолда - критерії песимізму та найбільшої обережності, мета якого полягає у виборі найкращого варіанта рішення за умов очікування несприятливого розвитку ситуації;
- критерій оптимізму, мета застосування якого передбачає досягнення максимального результату в умовах, коли сподівання особи, котра приймає рішення, пов'язані виключно з оптимістичним сценарієм розгортання подій;
- критерій коефіцієнта оптимізму (критерій Гурвіца) має на меті врахувати рівень оптимізму особи, яка приймає рішення, і таким чином досягти більшого ступеня адекватності алгоритму розрахунки кінцевих результатів реалізації альтернатив та відчуттів (інтуїції, сподівань) особи, котра їх здійснює. Слід зауважити, що поряд із високим рівнем суб'єктивізму в розрахунках коефіцієнта оптимізму цьому методу властивий і такий недолік, як орієнтація на крайні, (екстремальні) результати тієї чи іншої альтернативи за різних умов їх реалізації;
- критерій Лапласа за допомогою алгоритму розрахунку усуває останній недолік попереднього критерію і ставить за мету вибір найліпшої альтернативи тоді, якщо настання тих чи інших умов їх реалізації є явищем випадковим;
- критерій жалю (критерій Севіджа) також може розглядатись як критерії крайнього песимізму, але показниками, що оптимізуються, вважаються не виграші (прибуток, дохід, обсяг обігу, частка ринку тощо), а втрачені можливості (неотриманні прибуток, дохід, обсяг обігу, частка ринку тощо) або ризики, що намагаються мінімізувати.

Дослідження й аналіз теорії і практики прийняття управлінських рішень показує, що в рамках того чи іншого механізму менеджменту можна застосовувати відповідні методи і засоби, однак особа, що приймає рішення, як правило, змушена дотримуватись писаних і неписаних законів організації і управління, що відповідають визначеним цілям. Це означає, що менеджери, володіючи сучасними методами управління й прийняття рішення, далеко не завжди можуть застосовувати їх на практиці.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ТИПУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ксенофонтова М.М., к.е.н., доцент

Стратегічні ОСУ зорієнтовані на реакцію на зміни в зовнішньому середовищі і характеризуються більшою децентралізацією (різного типу), гнучкістю, універсальністю в діяльності окремих ланок, спрямованих на виявлення проблем і прийняття нових (як правило стратегічних) управлінських рішень. І. Ансофф розглядав зв'язок між характеристиками ОСУ та можливими реакціями, на які вони здатні після змін у зовнішньому середовищі.

Реакція – це якість і тип прийняття управлінських рішень (своєчасність і якість рішення задач управління), що забезпечує розробку і реалізацію дій, спрямованих на адаптацію до змін зовнішнього середовища і досягнення цілей підприємства. Визначення типу реакції дає можливість вибрати відповідний тип організаційної структури управління. Розглянемо основні стратегічні типи підприємств і реакції, які притаманні кожному типу.

Організація – аутсайдер не має своїх ключових компетенцій, або не може їх використати, тому вона не може ефективно конкурувати на ринку. *Виробнича реакція* являє собою найбільш простий тип і широко використовується підприємствами, що орієнтують свою діяльність на виробництво прибуткової продукції, реалізація якої здійснюється на освоєному ринку. Такий тип реакції притаманний організаціям-аутсайдерам. Вироблення цього типу реакції здатна забезпечити лінійно-функціональна ОСУ.

Організація «захисник витрат» акцентує свою увагу на пошуку конкурентних переваг. *Конкурентна реакція* виникає внаслідок активізації конкурентів підприємства на ринку реалізації продукції або на інших ринках. Такий тип реакції використовують організації «захисники витрат». Забезпечують такий тип реакції модифіковані лінійно-функціональні ОСУ за умов невеликих масштабів підприємства.

Організація «захисник якості» конкурентні переваги забезпечує за рахунок високої якості. Така стратегічна поведінка приводить до високого рівня витрат та відповідно високих цін. Продукція, яку виробляє організація, розрахована лише на споживача з високим рівнем доходу. *Інноваційна реакція* виникає тоді, коли на конкурентному ринку виникають загрози реалізації освоєної продукції або можливості розширити свою присутність на ринку за рахунок розробки нової продукції. Цю реакцію використовують організації «захисники якості». Забезпечують такий тип реакції проектна або матрична ОСУ.

Організація – інтегрований аналізатор належить до підприємницьких структур для яких характерною є підприємницька реакція на вплив зовнішнього середовища. Такі організації мають дуже великі кореневі компетенції, які надають їм можливість постійно реалізовувати підприємницькі ідеї.

Організація – диверсифікований аналізатор має можливості успішно діяти та бути конкурентоздатною нарізних сегментах ринку. Такі можливості вона має за рахунок дуже широких та вагомих кореневих компетенцій та помірних питомих витрат. *Підприємницька реакція* створює умови для довгострокового росту підприємства, прибутковості і наступності, балансуючи набір стратегічних зон господарювання, областей стратегічних ресурсів і груп впливу ззовні на стратегію. Цей тип реакції притаманний «інтегрованому» та «диверсифікованому» аналізаторам. Такий тип реакції здатна забезпечувати ОСУ конкломеративного типу.

Організація – проспектом є піонером на ринку завдяки розробці та пропозиції споживачеві унікальної продукції за доступними цінами. Такі організації мають вагомі кореневі компетенції та високу якість продукції. Вони формують відповідний ринок, на якому можуть дуже швидко з'явитися конкуренти, які зможуть зменшити конкурентні переваги організації – проспектора.

Організація - монополіст є розвитком типу диверсифікованого аналізатора, який посідає домінуюче становище на ринку, а тому може встановлювати високі ціни без забезпечення відповідної якості товару. *Адміністративна реакція* використовується підприємством тоді, коли воно має діапазон потенційних можливостей і рівень потенціалу керівництва, здатних ефективно забезпечувати виробничу, конкурентну, підприємницьку та інноваційну діяльність в один і той же час. Така реакція притаманна фірмам «проспекторам» та «монополістам». Таким вимогам відповідають різні модифікації ОСУ конгломеративного типу.

Як висновок, вибір загальної стратегічного напрямку залежить від майбутнього типу організації, який вибирають керівники, стратегічного потенціалу підприємства та його розвитку, який визначається за результатами оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища.

СТРУКТУРА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Кунда В.О., асистент

Як складне структурне соціально-економічне явище трудовий потенціал організації містить у собі наступні компоненти: кадровий, професійний, кваліфікаційний і організаційний. Дане виокремлення носить умовний, а не абсолютний характер. Структурування трудового потенціалу організації має за мету визначити ступінь цілеспрямованого впливу на ту чи іншу групу чинників, що формує кожну із його складових. Це більш ніж необхідно в сучасних умовах, коли структура трудового потенціалу організації визначається не інертністю та стійкістю, а мобільністю й гнучкістю, здатністю до швидкої перебудови.

Вихідною структурно-формуючою одиницею трудового потенціалу є трудовий потенціал працівника (індивідуальний потенціал), що утворює основу формування трудових потенціалів більш високих структурних рівнів.

Трудовий потенціал організації, в свою чергу, відрізняється від трудового потенціалу працівника, оскільки система завжди більше суми її складових – індивідуальних трудових потенціалів працівників, – внаслідок виникнення нової якості синергічного ефекту, обумовленого взаємодією складових елементів системи.

Позитивне напрацювання різних підходів щодо визначення структури трудового потенціалу організації виокремлює наступні основні якісні компоненти трудового потенціалу: психофізіологічний, соціально-мотиваційний, освітньо-професійний, інтелектуальний, культурний, творчий, духовно-енергетичний, релігійний, екогомологічний.

В загальному розумінні трудовий потенціал працівника містить у собі:

- психофізіологічний потенціал – здатності і схильності людини, стан її здоров'я, працездатність, витривалість, тип нервової системи та ін.;
- кваліфікаційний потенціал – обсяг, глибина і різнобічність загальних і спеціальних знань, трудових навичок і умінь, що обумовлює здатність працівника до праці визначеного змісту і складності;
- особистісний потенціал – рівень цивільної свідомості і соціальної зрілості, ступінь засвоєння працівником норм відносин до праці, ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці, виходячи з ієрархії потреб людини.

Психофізіологічний потенціал більшою мірою залежить від генотипу людини, її вроджених здібностей і властивостей. Однак він змінюється під впливом умов соціалізації особистості: навчання, виховання, способу життя і праці, а також свідомого вдосконалення своїх можливостей, зміцнення здоров'я, підвищення витривалості організму. Водночас на зміну потенціалу здоров'я, працездатності й витривалості впливають умови праці та побуту, кваліфікаційний і мотиваційний потенціали, організація праці, екологічна ситуація, рівень медичного обслуговування, організація відпочинку та ін.

Кваліфікаційна складова трудового потенціалу, з одного боку, характеризує підготовленість працівників до виконання трудових функцій, які постійно ускладнюються, а з іншого боку – є чинником, що формує відношення до праці, трудову дисципліну та інтенсивність праці.

Виокремлення соціально-особистісної складової трудового потенціалу покликано акцентувати увагу на потенційних соціальних можливостях працівника. Дана складова відображає здатність працівника до самовдосконалення і саморозвитку.

Структура особистісного потенціалу містить у собі наступні елементи: здатність до співробітництва і взаємодії (комунікативний потенціал, творчі здібності (творчий потенціал), ціннісно-мотиваційні властивості (ідейно-світоглядний і моральний потенціал).Творчий потенціал складається з поєднання ерудиції, професіоналізму, розвинутої уяви, нестереотипного, глибокого мислення, вибірковості, спостережливості. Важливою умовою реалізації творчого потенціалу особистості є високий рівень мотивації, спрямованої на вирішення проблеми, а також створення умов для творчої діяльності. В структурі трудового потенціалу виокремлюють також нормативно-рольову та адаптаційну компоненти, хоча вони, безумовно, є частиною особистісного потенціалу працівника.

Нормативно-рольова компонента забезпечує залучення особистості до засвоєння запропонованих соціальних норм та ролей і виконує функцію інтеграції працівника в середовище, координації дій людей у суспільстві. Особистість засвоює нормативну систему, що існує в суспільстві і визначає бажаний тип працівника. Адаптаційна компонента забезпечує безпосередні контакти й активно-перетворювальні взаємини із середовищем. Цей рівень трудового потенціалу є активним способом впровадження в середовище, його прийняття і перетворення.

Тож, глибока структуризація трудового потенціалу дозволяє розглядати його як параметр, що обумовлюється безупинними змінами в складі самих працівників і в технологічному способі виробництва, показати співвідношення джерел екстенсивного та інтенсивного зростання трудового потенціалу. Все це дає основу для розробки моделі потенціалу у формі результатуючої взаємодії значного числа чинників, приведених до загальної основи.

ПСИХОЛОГІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ

Нєсвєтова С.В., ст. викладач

Зміни соціально-економічної ситуації в Україні вимагають перегляду підходів до стратегії, тактики та психології управління. В наслідок впливу економічної кризи розширився спектр управлінських проблем, у якому особливої актуальності набувають соціально-психологічні аспекти керівництва. А це значить, що вибір керівником форм і методів впливу на підлеглих повинен ґрунтуватися на глибоких знаннях особливостей управління персоналом з позиції міжособистісної взаємодії, продуктивного і результативного ділового спілкування, створення сприятливого морально-психологічного клімату в колективі.Мова йде про зміну підходів до визначення професійної компетенції керівника і удосконалення саме психологічної складової цього явища.

Поняття «компетенція» трактується у трьох основних значеннях: як сукупність повноважень; коло питань у яких певна особа має глибокі знання, сформовані професійні уміння та навички; готовність до вирішення управлінських проблем. Тобто компетентність слід розуміти як певний рівень соціально-практичного досвіду суб'єкта, рівень навченості соціальним і індивідуальним формам активності, що дозволяє індивіду у межах своїх соціальних ролей і статусу успішно взаємодіяти з соціальним середовищем, виправдовуючи і задовольняючи соціальні очікування свого оточення.

Професійна компетентність керівника у рамках соціально-психологічного підходу розглядалась такими вченими як Ю.М. Ємельянов, Л.О.Петровська, В.Г.Лоос, Н.В.Гришина, І.М.Кондаков та інші. Вчені визначають компетентність як комплексне багаторівневе особистісне новоутворення, сукупність комунікативних характеристик особистості, її знань, умінь і навичок, що забезпечують якісну і результативну діяльність іє внутрішнім інструментом професійної діяльності, являючи собою особливе психічне новоутворення,що містить в собі психологічні знання, практично-психологічне мислення та навички міжособистісної взаємодії.

Так, професійна компетентність керівника трактується І.М. Кондаковим, як готовність приймати адекватні колективні рішення в конфліктних ситуаціях. Цю готовність слід розуміти не просто, як окрему рису характеру, а як здатність організовувати продуктивну і результативну взаємодії з членами трудового колективу.

Л.І.Берестова розглядає компетентність керівника, як коло повноважень посадової особи, що визначає рівень відповідальності в рішенні практичних задач, при цьому психологічна компетентність виконує наступні функції: пізнавальну, регулятивну, функцію контролю, оцінки та самооцінки особистості.

У рамках соціально-психологічного підходу поняття психологічної компетентності розглядається з позиції комунікативної компетентності. Тобто, як орієнтованість в різноманітних ситуаціях спілкування, що ґрунтується на знаннях, комунікативному досвіді індивіда, здатності ефективно взаємодіяти з оточуючими при постійній зміні власних психічних станів відповідно від ситуації розвитку міжособистісних відносин та умов соціального середовища.З позиції даного підходу психологічна компетентність являє собою:

1) розуміння компетентності, як досягнення керівником високого рівня здібностей до встановлення і підтримки ділових контактів;

2) формування не тільки здатності, а й потреби у спілкуванні та високої самооцінки;

3) оволодіння навичками виділяти і об'єктивно оцінювати індивідуально-психологічні характеристики партнера по спілкуванню та здатність правильно обирати дієві механізми впливу на співрозмовників.

Основними структурними елементами психологічної компетенції являються когнітивний та практичний компоненти. Психологічний вплив являється одним з основних складових практичного компонента психологічної компетентності, який розглядається як здатність спонукати іншу людину до зміни її поведінки та суб'єктивних характеристик особистості.

Складність психологічного впливу обумовлюється двома факторами – об'єктивним і суб'єктивним, оскільки у більшості людей сформовані егоцентричні установки, що виражаються у схильності ігнорувати цілком або частково психологічні якості іншої людини, орієнтуючись у спілкуванні на саму себе, а не на іншу особу.

Психологічно компетентний менеджер – висококваліфікований фахівець, що досконало і творчо вирішує виробничі задачі, управлінські проблеми та соціальні питання. Бути психологічно компетентною особистістю – значить володіти знаннями, уміннями, навичками та якостями, що сприяють гармонійній і продуктивній взаємодії з іншими людьми.

Психологічно компетентний керівник – харизматичний та мудрий лідер, який не примушує до спільної діяльності, а вміло мотивуючи підлеглих, направляє їх зусилля на досягнення спільного результату. Такий керівник організовує трудову діяльність персоналу, надихаючи на прояв ініціативи, самореалізаціюта формує стратегію спільного досягнення результату, виграшу, зиску тощо. При цьому колектив стає єдиним цілим, а його основними принципами міжособистісної взаємодії – дружба, справедливість, взаєморозуміння, взаємопідтримка та спільні ціннісні орієнтації.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ УСПІШНИХ СТРАТЕГІЙ І СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Стоволос Н.Б., ст. викладач

У складних динамічних умовах функціонування сучасних підприємств різко підвищилося значення стратегічної поведінки, яка дозволить підприємствам вижити у конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі.

Прискорення змін у конкурентному маркетинговому середовищі, наростаюча диференціація потреб і зміна позиції споживача, зростання конкуренції за ресурси, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових, часто дійсно несподіваних можливостей для здійснення бізнесу, розвиток інформаційних мереж, що робить можливим миттєве розповсюдження і отримання інформації, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі трудових ресурсів, а також низка інших факторів призвели до суттєвого підвищення значення стратегічного управління конкурентоспроможністю.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин для розкриття суті стратегічного управління конкурентоспроможністю як економічного важеля конкуренції треба, по-перше, з'ясувати базову концепцію стратегічного управління конкурентоспроможністю та наукові передумови створення механізму стратегічного управління конкурентоспроможністю; по-друге, визначити загальноекономічну сутність поняття "стратегічне управління конкурентоспроможністю" і місце стратегічного управління конкурентоспроможністю в системі маркетингового менеджменту; по-третє, пізнати взаємозв'язок і взаємозалежність стратегічного управління конкурентоспроможністю і стратегічного маркетингу як основи забезпечення конкурентних переваг підприємств.

Виділяють два прямо протилежних підходи до формування успішних стратегій і стійких конкурентних переваг: стратегічне бачення і стратегічний опортунізм. Стратегічне бачення базується на довгостроковій перспективі; як розробка стратегій, так і супроводжуючий її аналіз орієнтовані у майбутнє. Стратегічний опортунізм, навпаки, фокусує увагу на найбільш значимих сьогодні стратегіях. Девізом цього підходу є: кращий засіб мати добру стратегію завтра – отримати її вже сьогодні. Стратегічний опортунізм вважає, що зовнішнє середовище настільки динамічне і невизначене, що прагнення підприємств до будь-яких майбутніх цілей нераціональне: якщо структура підприємств не забезпечує їм стратегічних переваг зараз, вони навряд мають підстави сподіватися на стратегічний успіх у майбутньому.

Небезпека стратегічного бачення (рис. 1.) полягає в тому, що бачення може виявитися помилковим і приведе до стратегічної непоступливості.

	Стратегічний підхід	Стратегічний ризик
Орієнтація на майбутнє	**Стратегічне бачення**	**Стратегічна непоступливість**
Орієнтація на теперішній час	**Стратегічний опортунізм**	**Стратегічний дрейф**

Рис. 1. Стратегічні підходи та їх ризики

Бачення може не реалізуватися з ряду причин: виникаючі бар'єри на шляху реалізації стратегій; неправильні припущення про майбутнє; зміна парадигми існування підприємств.

Недолік моделі стратегічного опортунізму складається в тому, що він може перетворитися у стратегічний дрейф, коли рішення про інвестиції приймаються не в рамках загального бачення, а хаотично, у відповідь на можливості, що відкриваються. В результаті підприємства можуть виявити, що займаються багаточисельними видами бізнесу, але для високих результатів їм недостає необхідних конкурентних активів і ключових компетенцій, рівно як і синергізму.

Перетворенню опортунізму у дрейф сприяють наступні фактори: підприємства можуть прийняти недовговічну, перехідну тенденцію за довгострокову і стійку, яка заслуговує стратегічного маневру; підприємства можуть оцінити як стратегічні ті можливості негайного отримання прибутку, які не є такими за своєю суттю; проблеми з впровадженням можуть перешкодити реалізації очікуваного синергізму існуючих і нових видів бізнесу.

Опортунізм як доповнення до стратегічного бачення (стратегічне бачення плюс опортунізм) сприяє диверсифікації підприємств, коли вони не замикаються на одному виді діяльності, проте, це передбачає і очевидні ризики і проблеми - конфлікт між стратегічним терпінням і інвестиціями стратегічного бачення та спокусами негайного отримання прибутку, що характерно для стратегічного опортунізму.

Таким чином, у якості альтернативної стратегії можна скористатися концепцією стратегічного динамічного бачення – бачення, яке може змінитися в очікуванні зміни стратегічної парадигми підприємств, і покласти дану концепцію в основу стратегічного управління конкурентоспроможністю.

МЕТОД ВИМОГ В СИСТЕМІ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУЗУ

Щербак О.Г., ст. викладач

Виховання – це цілеспрямований і планомірний процес формування особистості. Методи, прийоми і засоби виховання перебувають в діалектичному зв'язку і створюють певну систему впливу на вихованців. Методи виховання класифікують залежно від їх функціональної спрямованості. Отже, виділяють такі групи методів:

1. Методи формування свідомості і переконань;
2. Методи організації діяльності і формування поведінки;
3. Методи стимулювання та коригування поведінки і діяльності особистості.

Серед методів формування свідомості і переконань виділяють метод переконань, метод прикладу, метод вимог. Виховна ефективність методів переконування і прикладу може бути достатньою за умов поєднання їх з методом вимог.

Вимога – метод педагогічного впливу на свідомість вихованця з метою викликати, стимулювати або загальмувати окремі види його діяльності.

Термін «вимога» вживається в двоєдинстві його значень: вимоги-орієнтира і вимоги-дії. Вимога-орієнтир – це певне правило, норма, установка, що потребує рівняння на неї, її дотримання чи виконання (мораль, закони, підзаконні нормативні акти, Конституція і т.д.).

Вимога-дія – настійливе прохання, побажання, порада, пропозиція, рекомендація чи зауваження, висловлене так, що не припускає заперечень.

З даного двоєдинства прослідкується діалектичний зв'язок, за яким вимога-дія можлива лише за наявності вимоги-орієнтира. Якщо ж вимоги-орієнтира немає, чи вона не усвідомлена тим, на кого спрямована вимога-дія, то немає підстав і для самої вимоги-дії. Порушення цього правила завжди і невідворотно веде до довільності, упередженості і свавільності. Отже, висування вимог належно досягає своєї мети лише за таких обставин, коли викладачі водночас, як наголошував К.Д. Ушинський, є вихователями і коли точно витримуються наступні умови:

1. Що вимагати? Ця умова потребує наявності вимог-орієнтирів та чіткого усвідомлення їх змісту і необхідності його трансформування у вимоги-дії з боку всіх тих, хто повноважний їх висувати. На необхідність даної умови звертали увагу найвизначніші педагоги.

Так, відомий німецький педагог XIX століття, А.Дістервег зазначав: «Тільки людина рішуча, енергійна, з твердим характером, така, що знає, чого вона хоче, чому вона хоче і які засоби ведуть до виконання її волі – тільки така людина може виховувати рішучих, енергійних, сильних характером людей».

Видатний педагог XX століття А.С.Макаренко наголошував на тому, що «вихователь повинен поводитися так, щоб кожний рух його виховував, і завжди повинен знати, чого він хоче в даний момент і чого не хоче. Якщо вихователь не знає цього, то кого він може виховати»?

В.О.Сухомлинський відзначав, що «правильне бачення добра і зла – основа справедливості, а виховання перестає бути вихованням, коли людина відчуває, що з нею повелися несправедливо. Несправедливість породжує образи і обурення, підлість і лицемірство».

2. Хто має вимагати? Дана умова потребує єдності дій всього викладацького складу з висунення вимог дій до вихованців та розподілу між собою повноважень з їх висунення. А.С.Макаренко зазначав: «Жоден вихователь не має права діяти сам один, на свій власний ризик і на свою власну відповідальність. Повинен бути колектив вихователів».

3. Як вимагати? Зазначена умова потребує вибору ефективних форм та виразних засобів висування конкретної вимог-дії. Підтвердженням цього є думки К.Д.Ушинського: «При розумному методі навіть посередній викладач може бути хорошим» та А.С.Макаренка: «Чим яскравіше, більш визначене право вимогливості, тим менше доводиться вимагати, тим природніше виникає загальний стиль».

Успішність сприйняття вихованцем вимоги і належний виховуючий її вплив на нього досягається лише за умови, коли вона висувається на засадах тактовності, ввічливості, доброзичливості, чемності і поваги до нього.

Виходячи з наведеного слід відзначити, що метод вимог впливає на формування гідної поведінки людини і є важливим інструментом формування переконань та відіграє суттєву роль на початковому етапі виховної роботи з колективом чи окремою особистістю, у процесі організації нових видів діяльності. Закріплені у людині вимоги трансформуються в його вище громадянське, прижиттєво набуте почуття вимогливості. На тлі якостей вимогливості посилюватиметься розвиток почуттів обов'язку, відповідальності та сумлінності.

Всотувавши такі риси в себе, як власні психічні властивості, вихованець, ставши фахівцем, у своїй управлінській діяльності буде переносити їх на підлягаючих його впливові працівників тієї організації, в якій він працюватиме. Висування вимог із сфери навчально-виховної трансформується, таким чином, у сферу діяльності і праця в його житті стане основною умовою здоров'я, самоповаги і щастя, найбільшою благодаттю.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Драбчук Т.І., ст. викладач

Науково-технічний прогрес – один із основоположних факторів сучасного економічного розвитку – передбачає, як найважливішу умову кардинального вдосконалення робочої сили, покращення її характеристик на ринку праці. Низький кваліфікаційний рівень найманих працівників є однією з головних причин слабкої конкурентоспроможності підприємства, що впливає на прибутки підприємства і обмежує фінансові можливості для підвищення кваліфікації персоналу.

Актуальність дослідження питань професійної освіти та підвищення кваліфікації кадрів зумовлена негативними тенденціями, що спостерігаються в нашому суспільстві, а саме: брак цілеспрямованої державної стратегії і політики у сфері професійної підготовки кадрів, зокрема з урахуванням як галузевої специфіки, так і особливостей господарської діяльності великих, середніх і малих підприємств, з метою забезпечення високої конкурентоспроможності національної робочої сили; незабезпеченість підприємств методичними матеріалами щодо організації процесу навчання кадрів на підприємстві; незаінтересованість і фінансова неспроможність роботодавців забезпечувати професійну підготовку, перенавчання і підвищення кваліфікації своїх кадрів; низький рівень стимулювання професійного розвитку працівників тощо.

Як показує світова практика, сьогодні для забезпечення ефективної діяльності підприємства недостатньо підібрати персонал, вимагається зробити в «людський капітал» відповідні інвестиції. За твердженням американського вченого Е. Денісона, інвестиції в «людський капітал» приносять в 5-6 разів більше прибутку, ніж у виробництво. За даними аналітиків США, зростання інвестицій у навчання на 10% збільшує продуктивність праці на 8%, тоді як збільшення капіталовкладень у виробництво на 10% підвищує продуктивність праці на 4%.

В Україні обов'язки щодо фінансування професійного навчання покладаються тільки на роботодавця, тому працівники значної кількості підприємств (особливо малих і середніх) не мають можливості підвищувати кваліфікацію персоналу відповідно до вимог сучасного виробництва. Це дуже гостра проблема, особливо на тлі відсутності державної підтримки роботодавців, вона вимагає рішення саме на державному рівні. Для нашого народного господарства може бути корисний досвід зарубіжних країн, де задіяні різні механізми фінансування професійного навчання робітників.

Так, в США на кожний долар, вкладений в розвиток виробництва, 85 центів доводиться на розвиток робочої сили. У Франції середні витрати підприємств на підвищення рівня кваліфікації працівників досягають 3% ФОП і продовжують зростати.

Учбові фонди, засновані на добровільних двосторонніх угодах між урядом і роботодавцями, створені в багатьох європейських країнах. Зокрема, в Бельгії роботодавці роблять цільові внески до фонду соціального страхування (що закріплено в положеннях колективних договорів), за рахунок цих сум фінансуються галузеві фонди навчання. Подібні галузеві фонди діють і в Голландії, через них також розподіляються державні субсидії на навчання.

Держави, зацікавлені в підвищенні кваліфікації власної робочої сили, прагнуть виробити у людей «звичку вчитися». Для цього використовуються різні схеми матеріального стимулювання як роботодавців, так і працівників: підприємства звільняються від сплати певних податків і одержують для розвитку персоналу державні кредити під помірні відсотки.

Необхідність активної участі безпосередньо підприємств, або роботодавців, у процесі розбудови моделі безперервної освіти в Україні обумовлюється тим, що: по-перше, більшість свого життя люди проводять на підприємствах, де реалізують свої фізичні й розумові здібності; по-друге, саме підприємства стають джерелом значного масиву інформації, яка необхідна для виконання професійних обов'язків працівниками; по-третє, окрім навчальних закладів держава має стимулювати підприємства щодо забезпечення професійного розвитку своєї робочої сили з метою постійного підтримання високого рівня її конкурентоспроможності як на внутрішньому ринку праці підприємств, так і на зовнішньому ринку праці.

Для сприяння підприємствам в організації професійного навчання працівників необхідно:

– вдосконалити систему професійної орієнтації молоді, що навчається, об'єднавши зусилля учбових закладів і роботодавців;

– максимально спростити умови ліцензування підприємств, що здійснюють професійне навчання працівників на робочих місцях;

– змінити підходи і вимоги до розробки учбових планів і програм для професійного навчання на виробництві (з урахуванням особливостей навчання дорослих);

– забезпечити підприємства навчальними посібниками, аудио- і відео матеріалами тощо;

– розробити механізм стимулювання працівників до безперервного підвищення професійного рівня;

– запропонувати на законодавчому рівні дієвий механізм стимулювання роботодавців (зменшення податків, надання пільгових кредитів і т.п.);

– створити ефективну систему соціального партнерства.

МОЖЛИВОСТІ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У НАДАННІ ПУБЛІЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Голобородько Г.П., к.пед.н., доцент

На сучасному етапі розвитку українського суспільства визначальним критерієм оцінки діяльності органів влади стає задоволення потреб громадян в отриманні якісних публічних послуг.

Державні послуги — це послуги, що надаються органами державної влади (насамперед, виконавчої) та державними підприємствами, установами, організаціями.

Державними є послуги, що надаються органами державної влади (в основному виконавчої) та державними підприємствами, установами, організаціями, а також органами місцевого самоврядування в порядку виконання делегованих державою повноважень за рахунок коштів державного бюджету. Муніципальними є послуги, що надаються органами місцевого самоврядування, а також органами виконавчої влади та підприємствами, установами, організаціями в порядку виконання делегованих органами місцевого самоврядування повноважень за рахунок коштів місцевого бюджету.

Державні та муніципальні послуги разом можна назвати публічними послугами. Тобто публічні послуги — це всі послуги, що надаються органами державної влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями, які перебувають в їх управлінні, а також приватним сектором під відповідальність публічної влади та за рахунок публічних коштів.

Запровадження публічних послуг у державному секторі вимагає від державних службовців вміння здійснювати аналіз політики, стратегічне планування, розроблення програм, їх управління та оцінювання. Необхідно побудувати систему управління якістю, яка стабільно забезпечуватиме якісний результат незалежно від нормативних, кадрових змін, змін на ринку тощо. Це означає, що вона має бути чутливою до змін і вчасно адаптуватися задля забезпечення якості свого продукту.

Підвищення якості сучасних механізмів надання публічних послуг населенню на регіональному рівні в контексті підвищення довіри населення України до них та зменшення соціальної напруженості в державі має велике теоретичне і практичне значення.

Ефективність надання послуг громадянам на місцях усе ще залишається низькою. Саме тому вдосконалення механізмів надання публічних послуг населенню на регіональному рівні стає дуже важливою проблемою. Вирішення цієї проблеми, зміни в системі управління державою та окремою територією відкривають широкі можливості для задоволення життєвих потреб та інтересів громадян, забезпечать високий рівень якості та структуру споживання матеріальних, соціальних, культурних благ, бо саме вони відповідають природі й призначенню людини і створюють оптимальні умови для її самореалізації.

Залучення приватного сектора для надання публічних послуг не вимагатиме суттєвого удосконалення правового регулювання у сфері бюджетної підтримки та збільшення її обсягів, передача низки публічних послуг приватному бізнесу дасть змогу розвантажити державних службовців від рутинної праці та дасть їм змогу зосередитися на вирішенні стратегічних питань розвитку, удосконаленні правового регулювання тощо.

Формами взаємодії публічного та приватного сектору в сфері державного управління за умов зниження вартості послуг із збереженням їх якості та підвищення якості послуг за фіксованою їх вартістю є передача приватному сектору функцій з надання публічних послуг, спільна реалізація соціально значимих проектів.

Засобом збереження стандарту якості публічних послуг є моніторинг якості послуг з боку публічної влади та громадянського суспільства.

Елементами публічно-приватного партнерства в сфері державного управління є:

- перехід до закупівлі державних послуг у закладів охорони здоров'я на контрактній основі;
- підтримка розвитку приватного сектору медичних послуг, забезпечення доступу до державного фінансування на конкурсній основі;
- схвалення закону про адміністративні послуги з закріпленням в ньому принципів делегування владних повноважень.

Складнощами реалізації публічно-приватного партнерства є невизначеність ефективної взаємодії між державою, органами місцевого самоврядування і приватними підприємствами; недовіра населення до «приватного партнера», слабо розвинута система правового регулювання в сфері ППП, відсутність методології та навиків по підготовці та реалізації подібних проектів, недостатня кваліфікація і знання представників публічної влади і бізнесу в сфері ППП, відсутність стандартів надання послуг та розвинутої системи моніторингу їх якості.

Таким чином, завданнями розвитку публічно-приватного партнерства у наданні публічних послуг в Україні є розвиток його наукового, інституційного, методологічного забезпечення; реалізація інноваційних проектів, розвиток інституційної спроможності публічної влади.

ОЦІНКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Баценко Л.М., асистент

Люди грають особливу роль в організаціях. З одного боку, вони є творцями організацій, визначають їх цілі і вибирають методи досягнення цих цілей. З іншого боку, люди є найважливішим ресурсом, який використовується усіма без виключення організаціями для реалізації власних цілей. У цій якості - персоналу підприємства - вони потребують управління.

Управління персоналом полягає в підборі та збереженні потрібного організації персоналу, його професійному навчанні і розвитку, оцінці діяльності кожного з працівників з точки зору реалізації цілей організації, що дає можливість скорегувати його поведінку, винагороді персоналу за його зусилля.

Усі організації існують для досягнення цілей, що стоять перед ними. Міра реалізації цих цілей показує, наскільки ефективно діє організація, тобто наскільки ефективно вона використовує ресурси, що знаходяться в її розпорядженні.

Стратегічне завдання системи оцінки персоналу - реалізація цілей розвитку організації. Регулярна і систематична оцінка співробітників надає керівництву організації інформацію, необхідну для ухвалення обґрунтованих рішень про підвищення заробітної плати (винагорода кращих співробітників робить мотивуючу дію на них і їх колег), підвищенні на посаді або звільненні.

На сьогодні діагностика персоналу здатна вирішувати наступні основні завдання:

1. Прогнозування поведінки персоналу.
2. Загальна картина особово-ділових якостей персоналу.
3. Ресурси і перспективи.
4. Пошук оптимального функціонування тих, що працюють.

Діагностика діяльності служб управління людськими ресурсами будується на аналізі наступних чинників :

- основні напрями діяльності на сучасному етапі - кадровий облік, залучення і відбір співробітників, планування людських ресурсів, навчання і розвиток співробітників, планування кар'єри співробітників, робота з молоддю і так далі

- взаємозв'язок основних напрямів діяльності між собою, наявність системного підходу в роботі служб

- система оцінки ефективності діяльності служб управління людськими ресурсами, показники, використовувані для оцінки її роботи

- пріорітети в діяльності служб управління людськими ресурсами

- специфика діяльності кадрових служб - взаємодія з іншими підрозділами, що виконують функції по управлінню людськими ресурсами, статус служби, участь фахівців з управління людськими ресурсами в прийнятті кадрових і інших важливих рішень

- професійний рівень співробітників кадрових служб і методичне забезпечення діяльності відділів (використання нових методів в роботі кадрових служб, взаємодія із апаратом компанії, взаємодія з відділами кадрів інших підрозділів підприємства

- уявлення співробітників служб управління людськими ресурсами про можливість змін в їх діяльності.

Перелічимо вимоги, які ставляться до системи оцінки ефективності роботи співробітників. По-перше, система оцінки має бути максимально об'єктивна, критерії мають бути відкритими і зрозумілими для співробітників і сприйматися ними як об'єктивні. По-друге, результати оцінки мають бути конфіденційними, тобто відомими тільки співробітникові, його керівникові, відділу людських ресурсів.

Ефективне управління людськими ресурсами - головний чинник, що визначає довгостроковий успіх будь-якої сучасної компанії. Сьогодні конкурентоспроможність підприємств залежить, в першу чергу, від рівня професійної підготовки і мотивації персоналу. За своєю значимістю служба управління людськими ресурсами стає одним з головних підрозділів, що забезпечує діяльність компанії, в якій докорінно змінюються традиційні функції і пріоритети: від адміністративної діяльності - до стратегічної; від якісних показників роботи - до кількісних; від короткострокових цілей до довгострокових програм; від встановлення правил і процедур роботи - до партнерських стосунків; від внутрішньокорпоративних цілей - до цілей, орієнтованих на перспективний розвиток компанії і задоволення запитів клієнтів і споживачів; від виконання вказівок - до ухвалення відповідальних рішень.

Таким чином, оптимізація технології управління людськими ресурсами спрямована на становлення в компанії сучасної і ефективної системи роботи з персоналом, відповідної цілям розвитку організації. Проведення діагностики вимагається у зв'язку з необхідністю розробки стратегії управління персоналом, визначенні першочергових проблеми та шляхів їх вирішення. Діагностику також доцільно використовувати при перебудові системи управління бізнесом з метою підвищення фінансових і виробничих показників, підготовки до злиття або поглинання, централізації або децентралізації менеджменту в цілому або по окремих напрямах діяльності.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИЙОМУ ПЕРСОНАЛУ У ФІРМІ

Ігнатенко О.М., студ. 4 курсу ФМ, спец. “Менеджмент організації”
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М.

У процесі розвитку підприємство рано чи пізно зштовхнеться з проблемою зниження контролю за тою чи іншою ділянкою роботи, зниженням активності працівників і, відповідно, усієї фірми в цілому, що безпосередньо впливає на внутрішній дух організації, відбивається на іміджі фірми і на економічних результатах діяльності. Існують відпрацьовані механізми керування персоналом, але у вітчизняних керівників не вистачає досвіду, часу, а іноді просто бажання для того, щоб проводити кадрову політику, що враховує інтереси всього персоналу фірми, що веде до виникнення проблем і розбіжностям між керівником і підлеглими. Однак у загальних тенденціях пошуку персоналу помітно зменшується в порівнянні з минулими роками використання такого джерела пошуку, як знайомі (особисті чи співробітників). Разом з тим росте відсоток фірм, що звертаються за допомогою до кадрових агентств.

При найманні на роботу фахівцям пред’являються визначені вимоги, що включають як кваліфікаційні якості, так і особисті.

Крім проблем ефективного добору і навчання персоналу існує ще ряд питань, що забезпечують стабільне існування фірми. Одним з актуальних питань керування персоналом залишається питання мотивації співробітників, особливо тієї їхньої частини, що зайнята збутому продукції фірми. Однієї з популярних останнім часом і багатьох теорій, що базуються на елементах, мотивації є теорія чекань, розроблена В.Врумом, Д.Надлером і Э.Лоулером. Відповідно до цієї теорії кількість праці, затрачувана на виконання визначеної задачі, залежить від очікуваної винагороди, бажання й імовірності його одержати. Тобто мотивація є підсумковим результатом взаємодії трьох факторів: того, наскільки сильно індивід бажає одержати винагороду (валентність), його оцінок імовірності того, що зусилля, що прикладаються, приведуть до результату у формі успішного виконання робочого завдання (чекання), а досягнення поставленої мети буде гідно (з погляду працівника) винагороджено

Система мотивації і винагороди торгового персоналу в більшості випадків побудована так, щоб стимулювати середніх по здібностях працівників, що складають кістяк служби збуту. При цьому дуже часто компанії забувають про те, що успішна робота на ринку може в значній мірі визначатися зусиллями невеликого числа найбільш талановитих і працездатних співробітників. Менеджерами було відзначено, що мотивація не систематичне і налагоджене явище, види мотивації досить одноманітні, найчастіше винагорода підноситься як результат доброго стосунку керівництва до персоналу, а не як стимул за добре виконану роботу. Варто звернути увагу керівників усіх рангів, що якщо мотивація носить періодичний характер, то доцільно пам’ятати не тільки про топ-менеджерів, але і про менеджерів середньої ланки, тому що вони також мають потребу в тім, щоб відзначили їхнього зусилля, вони - опора керівника у випадку відходу топ-менеджера. Завжди варто прагнути до того, щоб звичайний збутовик переріс у професійного і висококваліфікованого працівника. Багато керівників помиляються, проводячи бесіди з персоналом, де відзначають помилки і недоліки. В ідеалі на фірмі необхідно мати постійно діючу систему стимулювання, що повинна базуватися на визначених результатах збутової діяльності. Критерії оцінки визначає сама фірма в залежності від особливостей роботи. Останнє є проблемою, тому що часто вищестояще керівництво встановлює планки, що їх влаштовують, без обліку того, наскільки досяжні ці результати і скільки часу необхідно в цілому витратити менеджеру для втілення цих результатів у життя. Така ситуація найчастіше зустрічається, коли фірма має регіональних представників і не завжди володіє своєчасною інформацією про особливості місцевого ринку, конкуренції в регіоні, інших складностях. Вибір джерел набору визначається економічною їх доцільністю. Організація найму повинна відповідати його цілям, не нехтувати інтересами особистості, забезпечити дотримання законодавства про працю і враховувати затрати, пов’язані з її проведенням. У малих організаціях набором нових працівників займається безпосередньо сам керівник, в середніх - відділ кадрів, а на великих підприємствах -- служба управління персоналом. Комплектуванням персоналу за рахунок внутрішніх джерел займаються керівники структурних підрозділів. Однією з основних вимог організації найму є те, щоб усі, хто займається цією справою, мали точну, повну інформацію відносно вакантних робочих місць. Ця інформація повинна характеризувати зміст праці (функції роботи), вимоги до компетенції працівника (знання, досвід), потрібні здібності та індивідуальні особливості (фізичні, інтелектуальні), протипоказання.

Підводячи підсумки, можна відзначити, що вітчизняні керівники повинні більш ґрунтовно підходити до питанням керування персоналом.

КЛАСИФІКАЦІЯ ВАЖЕЛІВ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ

Ананко О.А., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М

Організаційна культура це сукупність суспільно прогресивних норм, правил і стандартів, прийнята й підтримувана в області організаційних відносин. Нагадаємо, що організаційні відносини це взаємодія, протидія або нейтральне відношення елементів організації усередині або поза неї.

Феномен організаційної культури вже завоював визнання вчених і практиків в усьому світі. Вона не тільки відрізняє одну організацію від інший, але й визначає успіх функціонування компанії в довгостроковій перспективі. Якщо можна говорити про те, що організація має "душу", тецією "душею" є саме організаційна культура

Організаційна культура може формуватись: 1) спонтанно, під впливом факторів зовнішнього і внутрішнього середовища та 2) усвідомлено, на основі стратегії розвитку підприємства. Якщо формування організаційної культури відбувається не усвідомлено, то це призводить до затягування цього процесу у часі, кінцеві характеристики організаційної культури можуть частково або повністю не відповідати умовам зовнішнього середовища та стратегічним планам підприємства.

Тільки проведення постійної, планомірної роботи з формування культури дає підприємству можливість одержати справжні конкурентні переваги, перетворює організаційну культуру у важливий стратегічний фактор. В процесі свідомого формування культури відбувається повна ідентифікація працівника із організацією, в результаті чого він не тільки розуміє цілі підприємства і наслідує моделі поведінки, а й повністю поділяє цінності підприємства, позитивно сприймає створені на їх основі процедури і артефакти. Вважається, що організаційна культура є достатньо інерційним об'єктом управління, адже досягнення кінцевої мети – підвищення ефективності на основі приведення ціннісних установок індивіда у відповідність до системи цінностей компанії – передбачає не просто поверхневий плив на діяльність працівника. Такий вплив повинен бути достатньо масштабним, проникати в глиб внутрішнього світу індивіда, зачіпаючи його суверенні права, в тому числі і свободу совісті.

Враховуючи, що такий тотальний вплив (а, по суті, перевиховання) є неможливим, а також те, що організації, з соціологічної точки зору, є малими або середніми групами, склад яких можна змінювати, то в процесі формування організаційної культури на перше місце виходять:

1) виключення із складу працівників тих осіб, які є носіями небажаної системи цінностей і важко піддаються соціалізації;

2) залучення до роботи фахівців, які за своїми ціннісними установками можуть успішно інтегруватись до існуючого типу культури;

3) проведення активної роботи щодо соціалізації персоналу, перш за все, щойно найнятого;

4) розробка, впровадження, розвиток бажаних елементів організаційної культури.

Заслуговує на увагу запропонована науковцями Донбаської державної машинобудівної академії система управління корпоративною культурою підприємства, яка описана у вигляді циклу робіт, що включає 10 етапів, об'єднаних у три блоки: перед проектний аналіз, розробка проекту, перевірка і реалізація проекту. Як зазначає Е. Г. Молл, процес формування організаційної культури необхідно здійснювати з урахуванням еволюційного характеру її розвитку, що потребує застосування таких заходів:

1) здійснення символічного керівництва;

2) зосередження зусиль на створенні важливих організаційних норм і цінностей;

3) створення в організації підрозділів, які будуть працювати із використанням певних цінностей;

4) стимулювання змін у поведінці співробітників за допомогою системи інформування про реальні успіхи в роботі організації, створення відчуття співучасті у таких успіхах;

5) створення системи атрибутів, які будуть забезпечувати знакову підтримку організаційної культури;

6) комплексне використання директивних та опосередкованих способів впливу на формування організаційної культури.

Отже, процес формування організаційної культури доцільно розглядати як комплекс трьох взаємодоповнюючих видів діяльності:

а) оцінка поточного стану організаційної культури, її впливу на економічні результати діяльності підприємства;

б) формування системи заходів, направлених на зміну, вдосконалення існуючих характеристик організаційної культури;

в) оцінка ефективності заходів, направлених на вдосконалення організаційної культури.

Будь-яке українське підприємство, що прагне йти в ногу згодом, не може не мати в якості одного з таких орієнтирів формування ефективної організаційної культури, що дає кожному працівникові можливість самоствердитися, усвідомити значимість своєї особистості.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Бабкін О. В., студ. 4 курсу, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Кунда В.О.

З позиції теорії і практики сучасного менеджменту поняття ефективності охоплює різні сфери людської діяльності.

Сутнісний зміст категорії «організаційна ефективність» та роль менеджерів у підвищенні ефективності функціонування організації найповніше висвітлені у роботах Дж.Л.Гібсона, Д.М.Іванцевича, Д.Х.Доннеллі та Б.З.Мільнера.

Під впливом вищевизначених праць у сфері дослідження ефективності діяльності підприємств було сформовано декілька підходів, зокрема:

1. Концепція організаційної ефективності на основі досягнення балансу інтересів зосереджує увагу на відносній важливості різних групових та індивідуальних інтересів в організації. Оцінка ефективності організації ґрунтується на вимірюванні ступеню задоволення потреб усіх груп, зацікавлених у результатах діяльності організації.
2. Цільова концепція відображає погляд на ефективність діяльності організації, що підкреслює головну роль досягнення мети як критерію для оцінки ефективності. Відповідно ефективність управління вимірюється ступенем досягнення організацією показників, що характеризують основоположні цілі її діяльності.
3. Системна концепція передбачає визначення основних елементів в організації («входи – процес – виходи») і необхідність її адаптації до умов системи більш високого рівня. Ефективність управління характеризує ступінь адаптації організації до свого зовнішнього середовища.
4. Композиційна концепція ґрунтується на визначенні ступеню впливу управлінської праці на результати діяльності організації в цілому (зниження собівартості, обсяги приросту прибутку, обсяги реалізації).
5. Функціональна концепція визначає ефективність управління з точки зору організації праці та функціонування управлінського персоналу, тобто спирається на результати та витрати самої управлінської системи. Ефект вимірюють показниками: зменшення трудомісткості управлінських робіт, скорочення управлінського персоналу, термінів обробки інформації, скорочення втрат робочого часу, зменшення плинності управлінського персоналу тощо.

Ряд науковців виокремлюють також інтегральний, часовий та рівневий підходи щодо трактування сутності та ролі ефективності функціонування підприємства.

Так, інтегральний підхід до ефективності акцентує увагу на відносній важливості різних групових та індивідуальних інтересів в організації (на відміну від цього, цільовий підхід підкреслює, що організації віддають перевагу досягненню цілей). Організація є ефективною в тому ступені, в якому вона задовольняє інтереси групи, що контролює найбільш важливий на даний момент ресурс. Даний підхід можна використовувати для комбінування цільового і системного підходів із метою одержання більш достовірного визначення організаційної ефективності.

Часова модель організаційної ефективності ґрунтується на системному підході та додатковому факторі – параметрі часу. Кінцевим критерієм організаційної ефективності є здатність організації зберігати своє становище в межах середовища. Отже, виживання організації являє собою довготермінову міру організаційної ефективності. Для короткотермінової ефективності існує п’ять критеріїв: продуктивність, якість, ефективність, гнучкість, задоволеність. Критерії конкурентоздатності та розвитку відображають середньотермінову ефективність. Підхід з урахуванням фактору часу дозволяє оцінити ефективність у коротко-, середньо- і довготерміновому плані. Часова модель ефективності дозволяє краще усвідомити обов’язки менеджерів в організації – виявляти фактори індивідуальної, групової та організаційної ефективності і впливати на них у коротко-, середньо- і довготерміновому плані.

Рівневий підхід з’явився як один з варіантів подолання головного недоліку переважної більшості показників ефективності управління - неспроможності відобразити багатогранну ефективність управління в цілому. Він є спробою оцінити ефективність управління за допомогою синтетичних (узагальнюючих) показників, за допомогою яких фахівці намагаються охопити декілька найважливіших аспектів управлінської діяльності конкретної організації.

Широкого практичного застосування також набув підхід, за якого при оцінюванні ефективності діяльності організації виокремлюють економічну, організаційну та соціальну ефективність.

Таким чином, ефективність менеджменту є результативністю управлінської діяльності, що визначається як відношення отриманих результатів від реалізації певних управлінських важелів в організації до витрат, які супроводжують їх одержання. Спрощено ефективність системи менеджменту визначається рівнем задоволення потреб працівників організації, споживачів та рівнем отриманих результатів. Виходячи з різноманітності існуючих наукових підходів у визначеній області дослідження, практичне використання категорії «ефективність діяльності підприємства» слід розглядати у всіх її аспектах відповідно до сфери прикладання, рівня матеріального виробництва, об’єкту визначення та методів розрахунку.

МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ

Брага Є.О., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

Сьогодні, коли економіка переживає важкі часи, ринок праці як ніколи вимагає енергійних і багатогранних професій. До таких належить одна з найбільш складних спеціальностей — менеджмент. Цей матеріал — про те, кому сьогодні під силу нести тягар управлінської роботи.

Визначень менеджменту дуже багато. Одне з тлумачень ґрунтується на перекладі з англійської. Це слово походить від англійського «Manage» — управляти, яке у свою чергу запозичило свій корінь від латинського «Manus» — рука. Тобто рукою вказують напрям, в якому потрібно рухатись.

Менеджмент розглядається як ефективне використання людських, матеріальних та фінансових ресурсів із метою досягнення цілей організації.

Саме з ім'ям та діяльністю менеджерів ми пов'язуємо успіх організації. Це фахівці, які формують цілі організації, забезпечують її ресурсами, планують і здійснюють контроль, приймають рішення й організують діяльність. Особистість менеджера — це головний фактор забезпечення ефективного розвитку фірми.

Сучасний менеджер виступає в декількох іпостасях:

- управлінець, наділений владою, що керує великим колективом людей;
- лідер, спроможний вести за собою підлеглих, використовуючи свій авторитет, високий професіоналізм, позитивні емоції;
- людина, яка має певні комунікативні здібності, що постійно встановлює контакти з партнерами і владою, що успішно переборює внутрішні і зовнішні конфлікти;
- людина, яка наділена стратегічним мисленням, може формувати цілі, основні види діяльності та напрямок «основного удару», визначати союзників і супротивників, власні переваги та напрямок їх використання.

Якими ж людськими якостями має володіти менеджер?

Із задатками лідера народжуються. Проте, не кожний лідер за генотипом стає лідером в житті. Виховання та освіта мають головне значення.

Вплив соціальних факторів обумовлює формування таких якостей менеджера, як відповідальність; прагнення до професійного зростання; авторитетність; внутрішній контроль; толерантність. Соціум формує такі моральні якості менеджера: патріотизм; національна свідомість; інтелігентність; людяність; порядність; почуття обов'язку; громадянська позиція; чесність; доброзичливість.

Менеджер має мислити масштабно, перспективно. Управлінці можуть демонструвати прекрасні результати і водночас погубити всю компанію, якщо їхня робота не орієнтована на майбутнє. Зрозуміло, компанія повинна отримувати прибуток, але вона повинна отримувати прибуток як можна довше. Якщо ви станете думати тільки про прибуток, ви не побачите можливостей, що відкриваються попереду. Мислення менеджера постійно повинно тренуватися на масштабність.

Освіта та досвід надають людині спеціальних знань, умінь та навичок.

Ми вважаємо, що у мистецтві управління важливу роль виконує організаційна структура. Це, насамперед, розподіл формальних ролей в організації, що є об'єктом управління , визначення концепції керівника різних рівнів. Формування апарату управління - найвідповідальніший момент. Тут головне – характер взаємин, що складаються між керівником і апаратом. Хоча апарат освячує владу посади, а не особистості: «Король віддає пошану». Чи розуміє керівник (директор, президент) вибудувати систему впливу на апарат, здобути владу над ним? Адже інакше апарат може підкорити собі менеджера, паралізувати його волю. Диктат керівника чи апарату – згубний для фірми. Також неефективною стає структура управління, якщо кожен її підрозділ змушений діяти за суворими , розробленими на всі випадки життя інструкціями. А оскільки в будь-якій системі можливі збої, виникають нестандартні ситуації, то формальне використання інструкції прирікає фірму на невдачу. Недарма існує такий вид страйку – «робота за правилами».

Таким чином, менеджер — це найманий професійний управляючий підприємства; фахівець в області управління виробництвом. Саме професіоналізм, творчий підхід до справи, стратегічне мислення, відповідальність, ініціатива й заповзятливість менеджерів здатні у будь-якій складній ситуації забезпечити підприємству успіх і прибуток, високу ефективність реалізованої практичної діяльності.

Широко відомий вислів Карла Маркса: «Окремий скрипаль сам управляє собою, оркестр потребує диригента». Часто особу менеджера ототожнюють із диригентом. Він не вміє так професійно грати як скрипаль. Він не вміє писати музику як композитор. Проте, талант музикантів та композитора ми можемо почути тільки завдяки кропіткій праці диригента.

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Бурих І.Ю., студ. 4 курсу, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Кунда В.О.

Кожен етап процесу управління формуванням конкурентоспроможності підприємства передбачає проведення його оцінки.

Оцінку, як правило, розглядають у двох значеннях. По перше, під оцінкою розуміють кількісне значення міри досліджуваного об'єкта. По друге, оцінку також можна розглядати як процес отримання певної інформації щодо власне об'єкту оцінки.

В цілому, оцінка конкурентоспроможності підприємства полягає в поглибленому аналізі очікуваних і реалізованих досягнень, вивченні ланцюжка результатів процесів, зовнішніх чинників і причинно-наслідкового зв'язку, що дозволяє визначити характер досягнень або їх відсутність. Її мета полягає в створенні системи, що дозволяє визначати стан та взаємодію ресурсів, які обумовлюють конкурентні переваги, їх ефективне використання та перспективи розвитку.

В теорії та практиці оцінки конкурентоспроможності підприємства використовуються різноманітні методи, які найчастіше класифікують за кількома ознаками.

Так, за напрямком формування інформаційної бази виокремлюють критеріальні та експертні методи оцінки.

Критеріальні методи за інформаційну базу беруть абсолютні (натуральні або вартісні) значення ключових показників. За належного інформаційного забезпечення ці методи є найточнішими. В свою чергу, експертні методи прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців. Однак слід враховувати, що перевага таких методів є водночас і їхнім недоліком, бо іноді суб'єктивізм експертів може спотворювати результати оцінки.

За наступним критерієм - способом відображення кінцевих результатів, - методи оцінки конкурентоспроможності організації поділяють на графічні та математичні.

Графічні методи забезпечують найвищий рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у визначених графічних об'єктах. Перевагою даного методу оцінки конкурентоспроможності підприємства є його простота та наочність; недоліком слід вважати відсутність змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності підприємства.

Математичні або розрахункові методи базуються на факторних моделях оцінки, які полягають у розрахунку одного (інтегрального) показника або кількох цифрових значень показників, за якими формується остаточна оцінка. Ці методи вважають найточнішими, хоч іноді вони потребують обтяжливих математичних обчислень, а відповідно й специфічних знань фахівців, що їх здійснюють. Розрахункові методи оцінки конкурентоспроможності підприємства в свою чергу включають дві групи методів: специфічні методи, які дозволяють оцінити конкурентоспроможність підприємства по окремих аспектах його діяльності (виробничому, інноваційному, маркетинговому, фінансовому та ін.) та комплексні методи, які базуються на комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Серед комплексних методів оцінки широко застосування набули: метод, що використовує в якості головного підходу оцінку конкурентоспроможності продукції підприємства; метод, що базується на аналізі порівняльних переваг підприємств-конкурентів; метод, що ґрунтується на основі теорії ефективної конкуренції; інтегральний метод; метод самооцінки та ін.

За можливістю розробки управлінських рішень існують одномоментні та стратегічні методи оцінки. Одномоментні методи – це, по суті, статичні методи тому, що оцінюють тільки фактичний стан справ, не забезпечуючи можливості розроблення заходів на перспективу. Стратегічні методи уможливлюють не тільки оцінку стану конкурентоспроможності підприємства на конкретну дату, а й розроблення стратегічних заходів з поліпшення цього стану.

За останньою ознакою - за способом оцінки конкурентоспроможності підприємства, - виділяють індикаторні та матричні методи. Індикаторні методи ґрунтуються на використанні системи індикаторів, за допомогою якої проводиться оцінка конкурентоспроможності підприємства.

В основу матричних методів покладено ідею розгляду процесів конкуренції в їх взаємозалежності та динаміці. Основна перевага полягає в тому, що при наявності достовірної інформації про обсяги реалізації, використання даного методу дозволяє забезпечити високу репрезентативність оцінки; як недолік слід відзначити надмірну спрощеність методу та неможливість проведення аналізу причин того, що відбувається, чим ускладнюється прийняття управлінських рішень. Серед матричних моделей, які можуть бути використаними для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, широкого застосування набули: матриця БКГ, модель GE/Mc Kinsey, модель Shell/DPM, модель Hofer/Schendel, модель ADL/LC) та ін.

Таким чином, на сьогодні відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності підприємства. Розглянуті нами методи, які згруповані за визначеними ознаками, відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників конкурентоспроможності, тому їх використання може бути зручним та доцільним в різних ситуаціях залежно від специфіки галузі та об'єкта дослідження.

БЕНЧМАРКІНГ, ЯК МЕТОД АНЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДРИЄМСТВА

Володіна Н.І., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

При аналізі конкурентоспроможності підприємства, а також розробці програми заходів щодо її поліпшення важливим інструментом для отримання даних щодо прийняття управлінських рішень в цій області є порівняльний аналіз. Вживання методів порівняння об'єктів та методів експертних оцінок дає можливість визначити і оцінити місце, яке займає підприємство в конкурентному оточенні. Одним з підходів до управління конкурентоспроможністю підприємства, заснованих на порівняльному аналізі, є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг є вихідною і невід'ємною базою оцінки та обґрунтування планів вдосконалення і підвищення конкурентоспроможності багатьох успішних підприємств, кожне з яких прагне стати кращим за інших учасників ринку з тими чи іншими показниками або з їх сукупності й зберегти отримані переваги протягом максимально тривалого часу.

Фактично бенчмаркінг - це альтернативний метод стратегічного планування, у якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів. Технологія бенчмаркінга стягає в єдину систему розробку стратегії, галузевий аналіз і аналіз конкурентів.

W.Bruckhardt називає бенчмаркінг видом діяльності, що пов'язана з клієнтами, технологією і культурою підприємництва і здійснюється при плануванні, з орієнтацією на створення цінності і компетентність. T.R.Furey відносить бенчмаркінг до сукупності управлінських інструментів, таких як глобальне управління якістю, вимір задоволеності покупців.

При здійсненні бенчмаркінгу співробітники працюють у командах, що складаються з представників різних підприємств. Найважливішими складовими діяльності співробітників і організації є планування з орієнтацією на створення цінності, а також компетентність в області роботи з клієнтами, технології і культури підприємницької діяльності

Бенчмаркінг розвиває аналіз конкурентоздатності, що обмежується вивченням конкурентів - їхньої продукції, витрат і технологій, характеристик, економічних і фінансових показників, відносин із клієнтами і постачальниками. Бенчмаркінг повинен бути постійним процесом, націленим не тільки на відповідність конкуренції, але і на перемогу над нею. Сфера застосування бенчмаркінгу включає розробку стратегії, операції й управлінські функції, однак основним джерелом даних про ринок і про конкурентів залишається покупець.

Бенчмаркінг розглядається і як спосіб оцінки стратегій і цілей роботи в порівнянні з першокласними підприємствами, щоб гарантувати довгострокове положення на ринку. Він служить для забезпечення конкурентоздатності і створення передумов перевірки продуктивності фірми в умовах інтернаціоналізації процесу закупівлі сировини і матеріалів.

Бенчмаркінг є мистецтвом виявлення та порівняння всього найкращого у методах управління і діяльності конкурентів, що дозволить обрати правильну стратегію, скоротити витрати,оптимізувати динаміку структури та підвищити прибутковість власного бізнесу.

Технологія бенчмаркінгу дозволяє визначити і оцінити місце, що займає підприємство по відношенню до світового досвіду. Бенчмаркінг як новий сучасний інструмент конкурентної боротьби і метод управління бізнесом дозволить підприємствам удосконалюватися у взаємодії з іншими гравцями ринку, краще використовувати свій потенціал зростання, виявляючи інструменти переваги та цілеспрямовано впроваджуючи їх в свою діяльність. В зв'язку з цим дослідження методологічних підходів до ефективної організації бенчмаркінгу і вивчення зарубіжного практичного досвіду в цій області, що полегшить його впровадження в діяльність вітчизняних підприємств, представляється сучасним і актуальним.

В сучасних умовах бенчмаркінг набуває статусу глобального. Останні роки бенчмаркінг входить в трійку найпоширеніших методів управління бізнесом в крупних міжнародних корпораціях, оскільки він допомагає відносно швидко і з меншими витратами вдосконалювати бізнес-процеси. В країнах Західної Європи, США та Японії програми бенчмаркінгу розвиваються при державній підтримці.

Таким чином бенчмаркінг є відносно новим та дієвим методом аналізу конкурентоспроможності підприємства. Його використання надає підприємствам можливість якісної оцінки своєї позиції на ринку та забезпечує підвищення конкурентоздатності підприємства. Також бенчмаркінг є досить важливим елементом в управлінні підприємством. Проведення бенчмаркінгу допомагає менеджерам приймати правильні управлінські рішення, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства.

КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Голуб В.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. "Менеджмент організацій"
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

Існує широке різноманіття концепцій і підходів до соціальної відповідальності, які виникали по мірі того, як суспільство бачило нову роль бізнесу, а очікування суспільства на цей рахунок зростали. Критерії соціальної відповідальності дуже важко визначити, тому що вони є умовними: те що для однієї діючої особи є відповідальним, інші можуть сприймати зовсім інакше. Абсолютних стандартів соціальної відповідальності немає і вони можуть змінюватися з кожним поколінням, з кожним етапом розвитку чи прогресу суспільства, культурними особливостями, специфікою історичного розвитку регіону, географії чи країни. До основних концепцій соціальної відповідальності належать:

Концепція юридичної відповідальності. Згідно з цією концепцією підприємство, яке функціонує в рамках діючого юридичного законодавства вважаються соціально відповідальним. Багато вчених сперечається з приводу теорії цієї концепції, адже по суті всі компанії мають дотримуватися діючих законодавчих норм та регуляторних актів, які регламентують діяльність підприємств загалом, та у специфічних сферах економіки зокрема. Якщо розглядати цю концепцію з точки зору досвіду розвинутих країн то безумовно ця концепція там вже давно втратила свою актуальність та не має права на своє існування. Зовсім інша ситуація на Українських підприємствах, адже не секрет, що у нашій не кожна компанія чітко дотримується всіх законодавчих норм як для підприємств в цілому так і конкретно для обраної сфери діяльності. З огляду на такі обставини можна зробити висновок, що не дивлячись на загально прийняту практику розрізняти окремо юридичну та соціальну відповідальність, в Україні можна говорити про те, що концепція юридичної відповідальності як окремий варіант соціальної відповідальності поки що має право на своє існування.

Концепція економічної відповідальності. Ця концепція полягає у тому, що соціальна відповідальність бізнесу розуміється як економічна відповідальність підприємства за здійснення ділових операцій та підтримку рентабельності.

Концепція базової бізнес стратегії. Дана концепція передбачає, що бізнес може бути ефективним лише при умові успішного функціонування суспільства, у якому він існує. У цьому випадку соціальна відповідальність стосується заходів, які здійснюють підприємства для підтримання та розширення цього симбіотичного взаємозв'язку.

Концепція стейкхолдерів. Ідея цієї концепції полягає в тому, що в організації та поза її межами є певні групи зацікавлених осіб (акціонери, працівники, покупці, постачальники, місцева громада, держава, та суспільство в цілому), які впливають на організацію або на яких впливає сама організація. Ці групи покладають на підприємство певну відповідальність перед ними.

Концепція обов'язків. Ця концепція стверджує, що підприємства необхідно оцінювати не тільки по їх економічних успіхах але й по неекономічних критеріях. Автором такого підходу є А. Керролл, який запропонував трактувати соціальну відповідальність підприємства як піраміду, яка включає в себе декілька рівнів: економічні, правові, етичні та філантропічні обов'язки організації перед суспільством.

Добровільна концепція. Згідно з цією концепцією компанія, окрім відповідальності, якої вимагає законодавство або закони економіки, бере на себе зобов'язана досягти довгострокових цілей, корисних для суспільства.

Концепція проактивності. Дана концепція є засобом реагування на зміни у стійкому розвитку суспільства. Компанії реагують реактивним (підхід на основі реакції), або проактивним шляхом (стратегічний підхід), який систематично розширює можливості врядування задля сталого розвитку.

Концепція соціально відповідального маркетингу. Ця концепція виникла в третій чверті XX сторіччя, і була призвана замінити традиційну концепцію маркетингу. Загалом соціально-відповідальний маркетинг розглядається як концепція узгодження та поєднання інтересів організації, споживачів та суспільства в цілому.

Таке різноманіття концепцій та підходів щодо соціальної відповідальності звичайно ж не відоме керівникам наших українських підприємств, але спираючись на створений огляд можна зробити висновок, що більшість українських компаній дотримується концепції економічної відповідальності перед суспільством в цілому, та перед місцевою громадою зокрема.

Безперечним є той факт, що неможливо розробити уніфіковану концепцію або модель соціальної відповідальності для всіх українських компаній в цілому. Кожне підприємство має свою специфіку діяльності, географічне розташування, певне фінансове становище та багато інших складових, які впливатимуть на рішення керівництва щодо власної концепції соціальної відповідальності підприємства. Однак безумовно, що у недалекому майбутньому однієї економічної та юридичної відповідальності буде недостатньо, український бізнес має перейти на наступний щабель розвитку своєї соціальної відповідальності.

ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Дмитренко Ю.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

Управлінське рішення – результат альтернативної формалізації економічних, технологічних, соціально-психологічних, адміністративних методів менеджменту, на основі якого керуюча система організації безпосередньо впливає на керовану.

Стадія вироблення рішення складається з етапів розробки, оцінки і вибору альтернатив. Як тільки визначені фактори, що обмежують рішення, менеджер починає роботу з пошуку альтернатив або можливих напрямків дій для рішення проблеми.

Однак виникають нові, унікальні проблеми, рішення яких не уміщується в стандартні рамки. У цьому випадку необхідний творчий підхід. Секрет творчого середовища у вмілому керуванні. Існує багато методів творчого пошуку альтернатив: «мозкова атака», метод висування пропозицій, груповий аналіз ситуації, карта думок тощо.

При виборі альтернативи можуть використовуватися три підходи: минулий досвід; проведення експерименту; дослідження й аналіз.

Використання минулого досвіду є найбільш використовуваним підходом у виборі альтернативи. Деякою мірою досвід дає змогу керівникові виробити уміння і навички прийняття правильних рішень.

Експеримент як метод вибору альтернативи заснований на тому, що береться одна або декілька альтернатив, і вони випробовуються на практиці з метою визначити, що відбудеться далі.

Дослідження й аналіз передбачає рішення проблеми через її розуміння. Метод передбачає розкладання проблеми на частини і вивчення кожної з них. Саме вивчення й аналіз у цьому випадку набагато дешевше, ніж експеримент.

Раціональність вироблення управлінських рішень значною мірою залежить від технологічного процесу їх підготовки і прийняття. Щодо його особливостей структури існують різні погляди. Так, американський вчений С. Янг стверджує, що процес вироблення раціональних рішень охоплює десять етапів: визначення цілей організації: виявлення проблем у процесі досягнення визначених цілей; дослідження проблем і з'ясування їх особливостей; пошук варіантів вирішення проблеми; оцінювання всіх альтернатив і вибір найоптимальнішої з них; узгодження рішень в організації; затвердження рішення; підготовка рішення до реалізації; управління реалізацією рішення; перевірка ефективності рішення.

Важливою складовою управлінської діяльності є виявлення сукупності принципів, на яких

базуватися процес формування і розвитку управлінських рішень:

– принцип реальності: при формуванні рішення необхідно виходити з цілей, які можуть бути досягнуті, а також реально існуючих ресурсів і часу, що є реальним для формування і реалізації цього рішення;

– принцип збереження свободи вибору рішення або принцип неостаточних рішень. Свобода вибору рішення забезпечується тим, що в кожний наступний момент вироблення і ухвалення рішення кількість доступних рішень з кращих рішень, ухвалених в попередній момент і близьких до оптимального, повинна бути більше від одного. Це дозволяє уникнути потреби в "аварійних" рішеннях при виникненні ситуації, яку не можна було передбачати в попередній момент, коли обиралося тільки одне оптимальне рішення;

– принцип своєчасності рішення, оскільки несвоєчасно ухвалене рішення може привести до втрат фінансових і матеріальних ресурсів, політичного банкрутства і таке інше;

– принцип реалізованості: рішення не повинно мати положення, які можуть призвести до зриву його виконання;

– принцип системності, який має найважливіше значення в умовах ринкових відносин, коли необхідно враховувати інтереси власників різних форм на системній основі;

– принцип регулювання рішень — наявність норми, відносно якої визначається необхідний рівень досягнення мети у відповідності в ухваленим рішенням.

Таким чином, найприйнятнішою структурою процесу формування управлінського рішення можна вважати наступні етапи: отримання, збір, обробка і аналіз інформації про стан внутрішнього і зовнішнього середовища; визначення на цій основі цілі; ухвалення загального рішення, направленого на досягнення мети; послідовна конкретизація рішення у вигляді планування (програмування, проектування); вироблення конкретних рішень на основі завдань в підлеглих організаціях, що беруть участь в досягненні мети.

На нашу думку, ефективність технології вироблення управлінських рішень залежить від багатьох причин: компетентності керівника, рівня кваліфікації колективу, характеру задач, ресурсів та інших факторів.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ – СУТНІСТЬ ТА ПРОЦЕСИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ

Дубовик Т.Ю., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М.

Внаслідок змін форм господарювання, удосконалення процесів, що відбуваються в зовнішньому середовищі діяльності, перед організаціями постають численні проблеми. Саме тому будь-яка організація повинна швидко уловлювати і використовувати сучасні знання і технології, застосовувати нововведення, впроваджувати нові форми роботи з персоналом, удосконалювати способи обробки інформації, змінювати технологічні процеси, переглядати системи контролю, тобто бути готовою до організаційного розвитку та спроможною впроваджувати зміни.

Організаційні зміни – це сукупність змін в організації, які зумовлюють здійснення нововведень та можуть відбуватись у таких напрямах: зміна цілей організації; зміна структури, тобто розподілу повноважень, відповідальності, поділу на відділи, служби, підрозділи, комітети тощо; зміна техніки, технологічних процесів, конструкцій виробів; модифікація; зміна в управлінні виробничо-господарською діяльністю.

Процесами планування й реалізації змін займаються такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Бергер Л., Брукінг Є., Віханський О., Дональдсон Дж., Друкер П., Єрмошенко М.М., Кател Р., Климов С.М., Козаченко С.В., Кондратьєв М.Д., Котлер Ф., Кубра М., Кулік В.А., Лузін А.Є., Мазур І.І., Панченко Є.Г., Прокопенко І.І., Твіс Б., Уотерман Р., Ушанов Ю., Чендлер Алф., Шапір В.Д., Шумпетер Дж., Янг С., Ярошенко Ф.О. та ін.

В західному менеджменті відома своєрідна концепція щодо зміни й перебудови організаційних структур. Вона виокремлює основні ознаки, названі "синдромом неповороткого бегемота", за наявності яких необхідно коригувати організаційну структуру: надмірна централізація управлінських рішень; процедурне ускладнення прийняття простих рішень, через що більшість організаційних проблем не вирішується; втрата відповідальності через обмеження повноважень; велика кількість суперечливих управлінських рішень; втрата співробітниками ентузіазму; порушення організаційної комунікації. У взаємодії із зовнішнім середовищем така фірма неадекватно реагує на вимоги ринку, втрачає клієнтів, через що уповільнюється цикл "товар — гроші — товар"; її імідж різко падає. У внутрішньому середовищі у неспроможності виконувати свою роботу, вони ж орієнтуються тільки на особисті інтереси.

Таким чином, будь-які зміни організаційної структури управління мають здійснюватися з урахуванням того, що вони забезпечать кращі умови для досягнення організацією своїх цілей, підвищать ефективність управління нею. Залежно від завдань, які вирішує фірма (проблема виживання чи проблеми зростання), основними показниками поліпшення управління можуть бути: зниження загальних витрат чи витрат на управління; зростання прибутку; збільшення частки ринку; прискорення техніко-економічного розвитку; підвищення оперативності й більша гнучкість у взаємодії із зовнішнім середовищем тощо.

Процес проведення організаційних змін охоплює комплекс робіт, який включає:

1. Аналіз підготовленості персоналу до майбутніх змін. Він переслідує такі цілі: виявлення наявності достатніх фінансових, матеріальних і трудових ресурсів фірми для здійснення змін; виявлення основних організаційних і психологічних перешкод організаційним змінам; виявлення ступеня зацікавленості вищого керівництва фірми в проведенні організаційних змін.

2. Вибір тактики проведення організаційних змін, яка може бути: директивною, тактикою переконань та тактикою залучення.

3. Створення умов для здійснення змін. Даний процес включає в себе: повний опис змін і ознайомлення з ними кожного робітника, якого цей процес стосується; залучення до участі в прийнятті рішень щодо змін тих робітників, яких вони стосуються; спростування чуток і побоювань шляхом більш широкого розповсюдження інформації про зміни; надання змінам якомога більш прийнятного характеру; демонстрацію зацікавленості вищого керівництва у змінах.

4. Вибір підрозділу, що буде здійснювати зміни. Таким підрозділом може бути: внутрішній підрозділ; зовнішня організація.

5. Вибір методу здійснення організаційних змін. Такий вибір має два аспекти:

- визначення швидкості, з якою мають бути проведені зміни;
- визначення місця, з якого повинні починатися зміни.

Отже, організаційні зміни, головним чином, стосуються системи управління, структури цієї системи, зокрема структури інформаційних процесів і процесів регулювання, прийняття стратегічних і оперативних рішень, направлених на забезпечення ефективного функціонування, або, в гіршому випадку, на забезпечення економічної стабільності підприємства.

Організаційні зміни є наслідком процесів прийняття рішень і вирішення проблем. Автори й виконавці організаційних змін повинні вирішити багато соціальних, економічних і навіть технічних проблем та прийняти комплексні рішення.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ

Карпець М.В., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

У сучасному суспільстві інформаційні комп'ютерні системи є важливим і цінним ресурсом, а рівень розвитку менеджменту оцінюється рівнем інформатизації суспільства. В області менеджменту інформаційні комп'ютерні системи відіграють сьогодні досить велику роль, хоча далеко не вирішальну, оскільки управління все ж таки більше пов'язане з людським, а не машинним фактором. Проте у морі інформації швидкодія обчислювальної техніки стає у пригоді. Впровадження комп'ютерних технологій дозволяє значно підвищити ефективність роботи всіх галузей. Зростають можливості керуючого персоналу (менеджерів). Сьогодні не можливий якісний менеджмент без комп'ютерних знань, без використання новітнього програмного забезпечення та безлічі корисної інформації, яку пропонує інформаційний простір для справи менеджменту.

Інформаційна система - це взаємозв'язана сукупність засобів, методів і персоналу, використовувана для зберігання, оброблення та видачі інформації з метою вирішення конкретного завдання. Інформаційні системи включають в себе: технічні засоби обробки даних, програмне забезпечення і відповідний персонал.

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 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: узагальнюючі, аналітичні, рекомендаційні, прогнозні/

4. Відображення даних - подання їх у формі, придатній для сприйняття людиною.

Причини, що спонукають організації впроваджувати інформаційні системи, з одного боку обумовлюються прагненням збільшити продуктивність повсякденних робіт чи усунути їх повторне проведення, а з іншого боку бажанням підвищити ефективність управління діяльністю організації за рахунок прийняття оптимальних та раціональних управлінських рішень. Основне завдання інформаційної системи управління полягає у підпорядкуванні всіх внутрішніх процесів головним цілям організації. Для цього необхідно скоординувати процеси, пов'язані з діяльністю організації таким чином, щоб вони максимально забезпечували виконання поставлених задач в єдиному інформаційному полі. Тільки таким чином інформаційна озброєність організації починає безпосередньо впливати на ефективність її діяльності.

До основних напрямків автоматизації інформаційно-управлінської діяльності в організаційних структурах відносять:

- автоматизацію обробки документів шляхом впровадження систем для обробки тексту, автоматизацію обміну інформацією через різноманітні види комунікацій (які включають АТС підприємства, відеотермінальні системи, локальну комп'ютерну мережу, телекопіювальні апарати, відеоінформаційні системи);

- автоматизацію діяльності менеджерів на базі комп'ютерних систем комплексних інформаційних систем, які надають допомогу в прийнятті рішень, та електронних секретарів, що дозволяє підвищити рівень організації праці менеджерів на якісно вищий щабель.

Впровадження інформаційних систем дозволяє менеджеру отримувати оперативний доступ до довільної нагромадженої інформації з тим, щоб в подальшому ефективно її використовувати для вирішення поставлених задач (в сферах аналізу маркетингу, фінансів, тощо).

Україна, як і всі інші розвинені держави, на сьогоднішній день робить перші кроки щодо удосконалення комп'ютерних систем в сфері управління. Але на даному етапі в Україні для типових традиційних організацій перспективи широкого використання інформаційних комп'ютерних технологій являються скоріше теоретично, аніж в практичній площині, можна сказати знаходяться у зародковому стані. Причин для цього може бути безліч. Та чи не найголовнішою з них є недостатнє фінансування даної сфери. На нашу думку ігнорувати розвиток інформаційних технологій, навіть посилаючись на важке економічне становище, не можна. Майбутнє комп'ютерних інформаційних технологій будь-якої країни насамперед залежить від наступних факторів. По-перше – це наявність правового поля, яке дозволяє розбудовувати підприємництво в сфері інформаційних технологій, та реальне забезпечення авторських прав. Адже інформаційні технології – це така ж галузь економіки, як і всяка інша. По-друге, на розвиток інформаційних технологій впливає економічний фактор, який відображає бажання конкретної країни створити ефективну економіку. Адже саме інформаційні технології дозволяють організаціям працювати ефективніше, а особливо в галузі менеджменту. Головною умовою формування інформаційної комп'ютерної системи менеджменту повинна стати політика держави, яка має стимулювати її розвиток.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кибкало Ю.Г., студ. 4 курсу ЗЕЗ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М.

Персонал – це основний, постійний штатний склад кваліфікованих працівників, який формується та змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Управління персоналом завжди належало до вирішальних чинників забезпечення ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств.

Проблема удосконалення системи управління персоналом підприємств достатньо широко висвітлена у наукових працях українських та зарубіжних вчених таких як: Бородіної О.М., Дієсперова В.С., Кібанова А.Я., Маслова Є.В., Юрчишина В.В., Шпикуляка О.Г. та ін. В цих працях розкрита сутність системи управління персоналом, основні аспекти її роботи та методи вдосконалення. Але не досить глибоко дослідженими залишаються окремі питання управління персоналом сільськогосподарських підприємств.

Метою управління персоналу є визначення головних передумов стабілізації та покращення ситуації щодо формування і розвитку кадрового потенціалу, створення системи, яка ґрунтується в основному не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні найвищих економічних результатів діяльності підприємства. Системою управління персоналом є комплекс заходів по роботі з персоналом, котрий полягає у реалізації наступних функцій: загальне та лінійне керівництво; найм і облік персоналу; встановлення трудових відносин; забезпечення умов праці; розвиток персоналу; мотивація поведінки персоналу; соціальний розвиток; розвиток організаційних структур управління.

Світовий досвід свідчить, що в умовах подальшого реформування аграрного сектора економіки і становлення ринкових відносин, неминучим є розвиток ситуації в бік зменшення чисельності працюючих в сільськогосподарських підприємствах, що негативно впливає на якісний склад працівників. Загальний рівень зарплати не забезпечує високої купівельної спроможності селянина, що в сукупності з іншими факторами знижує у вже працюючих і потенційних кандидатів на заміщення вакантних посад, а також у молоді, яка обирає сільськогосподарську професію, мотивацію до праці в сільському господарстві.

Необхідно відмітити, що в цілому система управління персоналом більшості сільськогосподарських підприємств не відповідає вимогам сьогодення. Вона є недієвою та неефективною. Тому одним із завдань менеджменту сільськогосподарських підприємств є стабілізація та покращення ситуації по відношенню до формування і розвитку кадрового потенціалу.

Найважливішими передумовами вирішення даного завдання повинні стати:

- впровадження відповідних соціально-економічних умов праці в сільському господарстві, дотримання принципу взаємної відповідальності сторін у відносинах роботодавець-працівник;
- застосування планування кадрового потенціалу, враховуючи особливості технології виробництва, стан матеріально-технічної бази, а головне - соціально-економічний стан та фінансові можливості підприємства стосовно їх спроможності виділяти кошти на навчання і перепідготовку працівників. При плануванні потрібно обов'язково враховувати норму керованості та фактор сезонності виробництва, який впливає на повноту використання кадрового потенціалу підприємства;
- зміна старої системи залучення кадрів керівної ланки і спеціалістів, при якій першочерговою умовою була наявність диплому з ціллю залучення через практичну оцінку професійно-кваліфікаційних здібностей кандидатів на заміщення посад;
- максимальне підвищення кваліфікації кадрів сільськогосподарських підприємств, необхідність якої визначається виходячи з оцінки наявних на підприємстві технічних засобів і особливостей технології, а також системи організації виробничих процесів. Стимулом до підвищення кваліфікації має виступати можливість отримання більш високої винагороди за виконану роботу, а саме, підвищеної до рівня прожиткового мінімуму оплати праці, а також просування по службі;
- перепідготовка персоналу за рахунок коштів роботодавця, а також залучення молодих спеціалістів, що повинно стати пріоритетом кадрової політики адміністрації.

Таким чином, можна дійти висновку, що пропоновані заходи сприятимуть збереженню та покращенню, а в довгостроковому періоді й стабілізації кадрового потенціалу сільськогосподарських підприємств, що на сьогоднішньому етапі їх розвитку слід вважати прерогативою. Успішно проведене вдосконалення системи управління персоналом дозволить зміцнити загальний стан підприємства, сприятиме випуску якісної продукції та наданню якісних послуг споживачам.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІІ В НАВЧАННІ

Колодка Я.В., студ. 3 курсу ФМ
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

В наш час розширюється процес інформатизації суспільства, тобто збільшується використання інформаційної техніки для виробництва, переробки, зберігання та розповсюдження інформації і особливо знань. Інформаційні технології пронизують всі сфери людської діяльності, і система освіти, як соціальна структура, також відчуває їхній вплив. Бурхливий розвиток засобів інформатизації (комп'ютерів, комп'ютерних комунікацій, різних електронних пристроїв) породжує нові можливості для застосування комп'ютера в навчальному процесі, що робить його більш ефективним, дає змогу раціонально використовувати навчальний час.

Слід зазначити, що дослідники бачать у нових інформаційних технологіях навчання і методологію, і технологію навчально-виховного процесу з використанням найновіших електронних засобів навчання і, в першу чергу, ЕОМ, і сукупність навчальних програм різних типів: від найпростіших, що забезпечують контроль знань, до навчальних систем, що базуються на штучному інтелекті, а також як галузь дидактики, що займається вивченням планомірно й свідомо організованого процесу навчання й засвоєння знань, в якому знаходять застосування засоби інформаційної освіти. На думку І.В. Роберта, засоби інформаційної освіти – це засоби нових інформаційних технологій у сукупності з навчально-методичними, нормативно-технологічними й організаційно-інструктивними матеріалами, що забезпечують їх педагогічно доцільне використання.

Використання навчальних інформаційних технологій в сучасному навчанні має цілий ряд переваг перед традиційними засобами навчання. Серед них:

- широкі можливості комп'ютера з обробки інформації;
- розширення можливості пред'явлення навчальної інформації (використання кольору, графіки, мультиплікації, звуку), створення реального оточення;
- посилення мотивації навчання (не тільки новизна роботи з комп'ютером, що часто сприяє підвищенню інтересу до навчання, але й можливість регулювати рівень складності завдань, які пропонуються);
- комп'ютер дозволяє повністю ліквідувати одну з найважливіших причин негативного ставлення до навчання – відсутність позитивних результатів (працюючи з комп'ютером, студент отримує можливість довести рішення будь-якої задачі до кінця, оскільки йому надається необхідна допомога);
- забезпечення активного включення в навчальний процес усіх учнів;
- гнучкість видів контролю за діяльністю студентів;

Як відомо, в останній час великий інтерес вчених викликає такий новий напрямок комп'ютерного навчання, як мережевого навчання. Сюди відноситься як робота в системі Інтернет, ,і використання електронної пошти. У третьому тисячолітті інтернет стає ефективним засобом навчання. Однією з причин цього є те, що він дозволяє контактувати з великою кількістю людей, чиї інтереси співпадають, і таким чином надається реальна можливість обміну думками, проведення дискусій, розширення кругозору й знань. Завдяки спілкуванню формуються позитивні особистісні якості, вміння творчо мислити, виховується культура спілкування зокрема, та загальна культура в цілому. Цифрові бібліотеки, якими користувалися студенти завдяки системі Інтернет, пропонують унікальний безмежний ресурс отримання інформації з будь-якого питання. Важливою особливістю системи Інтернет як засобу навчання є й те, що завдяки їй стають доступними світові ресурси освіти. В мережі можна знайти будь-яку інформацію, яка цікавить. Тому ця робота є також частиною самоосвіти.

Інноваційний розвиток економіки та соціальної сфери вимагає високого рівня освіти, зростання інтелектуального і духовного потенціалу суспільства, підготовки нової генерації людей, здатних створювати найновітнішу техніку й технології, активно втручатися і здійснювати реформування та піднесення економіки, розвиток духовності й культури населення.

Одним з найважливіших стратегічних завдань на сучасному етапі модернізації вищої освіти України є забезпечення якості підготовки спеціалістів на рівні міжнародних стандартів. Розв'язання цього завдання можливе за умови зміни педагогічних методик та впровадження інноваційних технологій навчання. Для підвищення ефективності працевлаштування студентів ВНЗ необхідна повна комп'ютерізація та інформатизація науково – дослідницької роботи студентів. Ми вважаємо, що це значно підвищить конкурентоздатність сучасного фахівця,а також допоможе у майбутньому кар'єрному рості

СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Корнієнко Ю.Б., студ. 2 курсу ФМ
Науковий керівник: ст. викладач Нєсвєтова С.В.

Проблема особистості – одна із центральних проблем в психології. Як об'єкт дослідження особистість унікальна за своєю складністю. Складність полягає, насамперед, в тому, що в особистості пов'язані різні площини буття конкретної людини – від її тілесного буття до духовного – як живого тіла, як свідомого та активного суб'єкта, як члена суспільства. Тому проблема духовного становлення особистості менеджера в умовах навчання у вищій школі заслуговує на значну увагу як викладачів, так і студентів - майбутніх фахівців.

У сучасній психології виділяють сім основних підходів до вивчення особистості: психодинамічний, аналітичний, гуманістичний, когнітивний, поведінковий, діяльнісний та диспозиціональний. Проблема становлення особистості менеджера розглядалася Л.М Карамушкою, Л.Д. Столяренко, В.С. Лозницею, А.В. Карповим. Згідно Л.Д. Столяренко, менеджер – це професіонально підготовлений керівник, який володіє широкими знаннями в галузі менеджменту, економіки, права, маркетингу, психології управління, психології та етики ділового спілкування. Згідно з В.С. Лозницею, феномен успішного керівництва залежність від своєрідності поєднання і взаємодії двох головних чинників – вроджених задатків і набутого досвіду особистості.

Ядром психологічної структури особистості менеджера є організаторські здібності. Крім того виділяють ще триосновні підструктури: схильність до організаторської діяльності; організаційна проникливість, практична спрямованість інтелекту; психологічний такт; здатність дотримуватися міри; емоціонально-вольова дійсність (енергійність, здатність впливати на підлеглих своїм оптимізмом, бажаннями; вимогливість, здатність досягти свого, критичність, здатність виявляти та адекватно оцінювати відхилення від програми в діяльності виконавців.

Вроджені задатки обумовлюють психічні якості, які не піддаються корекції або слабо піддаються корекції (прагнення до лідерства, схильність до ризику, темперамент, особливості відчуття). Психічні якості, які піддаються удосконаленню, це –рівень і структура інтелекту, адаптабельність, довільна пам'ять, увага. Удосконалюються психічні якості під впливом досвіду, що його набуває людина в процесі свого життя і діяльності. Набутий досвід обумовлюється сформованими управлінськими уміннями, насамперед, умінням приймати правильне і своєчасне рішення, розподіляти функції, контролювати виконання завдань.

Поведінка керівника є похідною суспільної скерованості особистості (орієнтація на суспільство), «потаємного Я»,тобто орієнтації на себе (потреби, мрії, плани, приховані цілі, психологічні установки).

Три чинники – суспільна скерованість особистості, «потаємне Я», і, як наслідок, стереотипи поведінки – і складають триєдиний цілісний моноліт, який називається типом керівника.

Слід також враховувати моральний, інтелектуальний та емоційно-вольовий розвиток особистості майбутнього управлінця оскільки студенти досить слабо орієнтуються в таких поняттях, як стресостійкість, комунікабельність, масштабність мислення, емпатія, почуття нового, здатність до ризику, критичність, уважність, справедливість, вимогливість, хоча саме ці якості експертами називаються в числі значущих в управлінській діяльності менеджера та його професійному розвитку.

На ефективність процесу розвитку особистості менеджера за Г.І. Юркевичем, впливають такі умови і чинники: своєчасне виявлення стартових показників розвитку; формування високого рівня готовності до управлінської діяльності;формування пізнавальної активності; формування зацікавленості; наявність чіткої системи стимулювання саморозвитку, задоволеності, управлінської діяльності; наявність знань про вимоги до менеджера та його розвитку; комунікативна компетентність; консультування з проблем управління особистісним розвитком менеджера; системне оцінювання результатів діяльності та розвитку; наявність чіткої системи просування ієрархічними сходами, моделювання етапів розвитку особистості менеджера; обізнаність про проблеми управління; задоволеність колективу процесом керівництва;поінформованість менеджера про наявні перспективи свого просування. Саме ці чинники і визначають ціннісні орієнтації фахівців з менеджменту.

У психологічних дослідженнях встановлено, що ціннісні орієнтації, їх зміст та спрямованість стійко характеризують особистість та є показником рівня їх розвитку, виражають внутрішню структуру ставлення людини до різних цінностей матеріального та духовного світу, здійснюють регуляцію діяльності та поведінки. Система ціннісних орієнтацій – це сукупність змістовно-типологічних характеристик, це елементи внутрішньої структури особистості, які є основою спрямованості на визначені цінності. Цінності та ціннісні орієнтації відіграють провідну роль у процесі соціалізації та професійного становлення майбутніх менеджерів. Тип керівника формується під впливом політичної системи, виробничих відносин, які залежать від способу господарювання; загальнолюдських цінностей; цінностей певного суспільства; психофізіологічної природи людини (проявляється в основному в потребах); національного менталітету насамперед, склад мислення, зумовлений традиціями, культурою, мовою, географічним розташуванням, способом праці).

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО РОЗУМІННЯ ОСОБИСТОСТІ

Корощенко Н.Р., студ. 2 курсу ФМ
Науковий керівник: ст. викладач Нєсвєтова С.В.

В ході історії людства вчені зіткалися з багатьма питаннями та, ймовірно, найбільш заплутаною є загадка самої людської природи. Пошуки відповіді на це питання велися різними шляхами, було висунуто безліч варіантів відповідей на це питання, розроблено багато концепцій, проведено різноманітні досліди, але ясна, однозначна відповідь дотепер не знайдена. Труднощі у відповіді на це питання полягають в тому, що між нами досить багато розбіжностей.

Відомо, що існує надзвичайно велике різноманіття людей і на планеті взагалі немає двох однакових особистостей. Ці величезні розходження ускладнюють, якщо не роблять взагалі неможливим, вирішення задачі по встановленню того загального, що поєднує представників людства. Тому необхідно розглянути які фактори впливають на індивідуальність кожного, що спричиняє нашу багатоликість, та як важливо людині бути індивідом. Особистість — людина, соціальний індивід, що поєднує в собі риси загальнолюдського, суспільне значущого та індивідуально неповторного.

Формування особистості – це, як правило, початковий етап становлення особистісних властивостей людини. Особистісний ріст обумовлений безліччю зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішнього відносяться: приналежність індивідуума до визначеної культури, соціально-економічному класу й унікального для кожного сімейному середовищу.

Людина стає особистістю лише тоді, коли вона має специфічні риси і передусім соціально-психологічні особливості, такі як принципи, позиції, установки, ціннісні орієнтації, потреби, мотиви й інтереси. Кожна особистість відрізняється своєю індивідуальністю.

Індивідуальність — це поєднання психологічних особливостей людини, що утворюють її своєрідність, відмінність від інших людей. Реалізується особистість перш за все в процесі діяльності.

Кожен є окремим індивідом, для нас характерні різні особливості, риси характеру, потреби. Від чого ж залежить наша індивідуальність , в наслідок чого ми сформувалися як особистість? Як сформувати ті чи інші ціннісні орієнтири у підростаючого покоління , адже від цього залежить життєвий шлях кожного індивіда , як наслідок рівень культурного, економічного духовного, політичного життя суспільства. Тому тема формування та розвитку особистості є актуальною в усі часи.

Ващенко, Платонов, Е. Кречмер, Шелдон, Сіго досліджували та розвивали цю тему, розробляли концепції та типології. Наприклад, французький учений Сіго зробив спробу поділити всіх людей на запропоновані ним чотири групи залежно від розвитку різних систем органів. Згідно з цією класифікацією існують такі типи людей: дихальний, травний, мозковий, м'язовий. Для кожного з них характерними є свій тілесний склад, міміка, характер і свої хвороби.

Е. Кречмер, враховуючи будову тіла людини, розрізняв три основні типи:

1) пікнік - циклотимік - це "широка-тяжка" людина, для якої характерні недостатня емоційна стійкість, швидка зміна настрою, почуття колективізму, товаришування і проекція на інших;

2) астенік - шизотимік - людина малоконтактна з оточуючим, недостатньо реалістична, часто самовдоволена;

3) атлет - іксотимік -міцна, кістлява людина із спокійним характером, однак схильна різко "спалахувати".

Шелдон, представник фізичної типології особистості, враховуючи три шари клітин ембріона, з яких в процесі дозрівання організму людини домінує той чи інший, розрізняє три основних типи людей.

1) Ендоморфний тип - має великий живіт, розвинуті внутрішні органи, слабкі і короткі кінцівки. Як правило, це лагідна, чуйна та комунікативна людина.

2) Ектоморфний тип - худий, високий, з дуже розвинутою нервовою системою. Людина загальмована та інтровертна, схильна до самотності та розумової діяльності.

3) Мезоморфний тип - з потужним складом тіла, особливо грудей, розвинутими кінцівками, широкими долонями і стопами. Неспокійна і агресивна людина, сильна, схильна до ризику.

Однак при цьому, оцінюючи вроджені якості особистості, слід все ж пам'ятати, що особистість людини формується завдяки багатьом чинникам: спосіб виховання в сім'ї, відношення батьків до дитини з періоду вагітності, оточення, в якому знаходиться дитина, її активна діяльність, природне середовище – ці фактори можна розділити на біологічні та соціальні. Біологічний чинник здебільшого виражається у спадковості – передачі потенційних задатків, що формують психічний та фізичний розвиток особистості. Також важливе значення має соціальний фактор, завдяки якому дитина засвоює морально-етичні якості, мову, звички. Суттєвим у формуванні особистості є активна діяльність – прояви у навчанні, художньо естетичні захоплення, спорт, ігри.

Отже, розвиток особистості, формування її світоглядних міркувань, самосвідомості є досить складною та відповідальною задачею, що повинні усвідомлювати і батьки, і вихователі, і педагоги, і оточення дитини взагалі. Адже невміння або помилки у вихованні індивіда можуть понести за собою кризові явища в розвитку людини, що виражаються у злочинній поведінці, психічних порушень, настроїв крайньої безвихідності.

ПРОБЛЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Кук О.М., студ. 4 курсу ОПЗ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М.

Питання про те, як зацікавити персонал у роботі, виникло ще задовго до наукових розробок менеджменту. Кому з керівників минулого, сьогодення і майбутнього не хотілося б мати у своєму розпорядженні такі інструменти і технології мотивації праці, які спонукали б працівників до продуктивної роботи на свою особисту користь і користь організації.

Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина свою трудову діяльність якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи. Успішна підприємницька діяльність компанії, випуск продукції, яка була б конкурентоспроможною на ринку, залежить не лише від технічного оснащення організації, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринкового середовища та послідовного впровадження концепції просування товарів на ринки, а й від кваліфікації співробітників підприємства, ефективного управління персоналом.

У працях таких зарубіжних вчених, як А. Маслоу, Дж. К. Грейсона. Г. Десслера, знайшли глибоке обґрунтування шляхи ефективного управління персоналом та його мотивації, розкриті чинники, що сприяють або перешкоджають підвищенню продуктивності праці робітників транснаціональних корпорацій.

Мета статті – акцентувати увагу на необхідності підвищення ефективності управління персоналом та його мотивації, бо суть ефективного менеджменту полягає в тому, що люди розглядаються як здобуток організацій у конкурентній боротьбі, який потрібно цінувати, мотивувати, розвивати разом з іншими ресурсами з урахуванням не тільки його посади і характеру виконуваної роботи, а й конкретних результатів праці, ініціативності, дисципліни, бажання підвищити кваліфікацію, щоб досягнути поставлених стратегічних цілей.

Мотивація персоналу - це поєднання цілої низки складових, таких як мотивація трудової діяльності, тобто спонукання персоналу до ефективної трудової діяльності, що забезпечує необхідні винагороди і задовольняє наявні потреби; мотивація стабільної та продуктивної зайнятості; мотивація розвитку конкурентоспроможності працівника. Трудова діяльність людини залежить як від мотивів, що виникають у разі замкненої взаємодії людини і мети, так і від мотивів відкритої взаємодії, коли суб'єкт зовнішнього середовища породжує мотиви, що спонукають людину до певних дій. Об'єктивними різновидами зовнішньої мотивації є стимулювання з чинним на підприємстві порядком призначення премій, правилами внутрішнього розпорядку, наказами та розпорядженнями керівництва, правилами поведінки.

Форми стимулювання персоналу поділяються на чотири групи: загальна матеріальна винагорода розглядається як база для кожної країни та умов праці та надбавки, доплати, додаткові виплати, премії, комісійні винагороди, компенсації специфічний набор інструментів стимулювання працівників. Це головне, що відрізняє системи винагороди в «домашньому» середовищі від міжнародного; нематеріальне стимулювання являє собою класичні форми мотивації співпрацівників за винятком матеріального стимулювання, а також ігри, конкурси та програми загального та спеціального навчання, змішане стимулювання - комбінування матеріальних та нематеріальних форм, що є необхідним додатком до загального стимулювання та компенсацій.

Додаткові блага на кожному підприємстві можуть бути свої, тому крім загальної оплати працівнику надаються спеціальні набори благ. Ці блага можуть належати до матеріального, нематеріального або змішаного стимулювання. Соціально-психологічний комфорт персоналу є поняттям ширшим, ніж «умови праці», відображаючи вплив на продуктивність чинників, як пов'язаних безпосередньо з виконанням працівником виробничих функцій, так і тих, що формуються за межами виробничого середовища. Розглядаючи політику проведення мотивації персоналу, ті основні принципи, головний зміст яких передбачає повагу до кожного працівника та не розмежованості інтересів компанії з інтересами кожного співробітника: кожен робітник може та прагне максимально використовувати свої потенційні можливості; цінність індивідуалізму; створення стимулів та умов, завдяки яким робітники працювали б продуктивно та могли вирішувати складні й масштабні завдання; єдине прагнення компанії та працівника до загального успіху. Отже, повинні бути сильні стимули, які спонукають персонал шукати нове, експериментувати, прагнути до досягнення загальних цілей компанії.

Нині під впливом сучасних методів мотивації в провідних фірмах склалася нова філософія управління персоналом де знайшли відображення як традиційні, так і нетрадиційні підходи щодо впливу на поведінку людей, їхні інтереси. На підставі моніторингу динаміки потреб, інтересів, трудових устремлінь, мотиваційного потенціалу працівників провідні корпорації розробляють і використовують цілу систему форм та методів активізації трудової поведінки. Продумані до дрібниць системи матеріальних стимулів ґрунтуються на всебічному моніторингу економічних інтересів працівників, урахуванні умов їхньої праці і життя, сімейного стану, трудових навичок і є ефективним механізмом поєднання матеріальної зацікавленості персоналу і продуктивності його праці.

Усе це дозволяє мені зробити висновок про те, що ефективна мотивація і стимулювання праці дозволяють одержати ефект не тільки в країнах, благополучних в економічних відносинах. Орієнтація на людський фактор дає переконливі результати й в умовах економіки, перехідного періоду.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ

Полозова Т.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. АДМ
Науковий керівник : к.е.н. Гречаний В.М.

Інформаційно комунікаційні технології або ІКТ — технології, пов'язані зі створенням, збереженням, передачею, обробкою і управлінням інформації. Цей широко вживаний термін включає в себе всі технології, що використовуються для спілкування та роботи з інформацією.

Комунікація та інформація мають надзвичайно важливе значення в житті суспільства. Особливої ж ваги набувають у суспільстві, що глобалізується. Глобалізація характеризується бурхливим революційним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, які використовуються на всіх рівнях, у всіх сферах, галузях, територіальних і часових просторах управління.

Якщо виходити з розуміння менеджменту як загальної і головної функції суспільства, то цілком слушним є й вивчення проблематики управління інформаційно-комунікаційною сферою суспільства.

• адміністративний менеджмент (охоплює своїм впливом регіонально-адміністративний чи галузевий об'єкт управління шляхом ухвалення і реалізації адміністративно-правових рішень);

• менеджмент організацій забезпечує управління і регламентацію діяльності організації нормативно-правовими та соціально-психологічними методами).

• виробничий менеджмент (відповідає за організацію та забезпечення технології виробництва, створення та використання запасів сировини, транспортних вантажопотоків тощо);

У чому полягає роль інформаційно-комунікаційного менеджменту? Насамперед в інформаційному забезпеченні діяльності всіх видів і форм менеджменту, оскільки основним ресурсом менеджменту є інформація, а основною технологією — комунікація. Без неї сам процес управління є просто неможливим. Тому розвиток нових інформаційно-комунікаційних технологій робить так звану «революцію менеджерів» ще "революційнішою".

Розуміючи важливість управління інформаційно-комунікаційними процесами у суспільстві, ми можемо дати й відповідне визначення цьому виду менеджменту.

Отже, під інформаційно-комунікаційним менеджментом розумітимемо систему управління інформаційно-комунікаційною сферою суспільства на основі використання форм, методів і технологій правового, економічного, соціального, гуманітарного і політичного менеджменту і маркетингу.

З усіх сфер суспільства (правової, економічної, соціальної, політичної, гуманітарної та ін.) інформаційно-комунікаційна сфера розвивається найдинамічніше. Бурхливий розвиток Інтернету, мультимедійних ресурсів, мобільного зв'язку тощо виступив потужним каталізатором модернізації насамперед економічної сфери суспільства. Нині все більш звичним стає таке поняття, як електронний бізнес (e-business), електронна комерція (e-commerce) тощо. А економіка, як головний рушійний генератор глобалізаційних процесів, зумовлює кардинальні зміни у правовій, політичній, соціальній, гуманітарній та інших сферах суспільства.

Це, так би мовити, розширене тлумачення інформаційно-комунікаційного підґрунтя процесів глобалізації, що поширюються у світі. А нас цікавить інформаційно-комунікаційний менеджмент в дещо звуженому вжитку, зокрема, з орієнтацією на соціо-психологічні, маніпуляційні технології комунікації. Виходячи з цього, ми розглядаємо інформаційно-комунікаційний менеджмент через призму міжособистісних, групових і масових комунікацій у контексті діяльності інформаційно-комунікаційних (пресових) служб, технологій «public- relation» і реклами.

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Майборода Ю.М., студ. 4 курсу, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Кунда В.О.

Практична реалізація функцій управління здійснюється за допомогою системи методів управління. Привести в дію організовану систему, щоб одержати потрібний результат можна лише через вплив на неї керуючого органу чи особи. При цьому необхідні певні інструменти погодженого впливу, які й забезпечують досягнення поставленої мети. Такі інструменти заведено називати методами управління.

В економічній літературі під методом управління розуміють спосіб, прийом або їх сукупність цілеспрямованого впливу менеджера на об'єкт для досягнення конкретного завдання, здійснення відповідних практичних прийомів і способів по управлінню організаціями.

Застосуванням різних методів управління досягається організуючий вплив і визначаються умови діяльності для ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Управління організацією спрямоване на людей, коло їхніх інтересів, передусім матеріальне. Тому основою класифікації методів управління є внутрішній зміст мотивів, якими керується людина у процесі виробничої чи іншої діяльності. За своїм змістом мотиви діяльності можна поділити на матеріальні, соціальні та мотиви примусового характеру. Відповідно до цього розрізняють економічні, соціально-психологічні та організаційні методи управління діяльністю підприємства.

Визначені нами методи управління діяльністю підприємств органічно пов'язані, й використовуються не ізольовано, а в комплексі. Проте провідними треба вважати саме економічні методи. Організаційні методи створюють передумови для використання економічних методів.

Соціально-психологічні методи доповнюють організаційні й економічні та утворюють у сукупності необхідний арсенал засобів управління діяльністю підприємства, будь-якого суб'єкта підприємницької чи іншої діяльності.

Так, економічні методи управління – це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах через використання товарно-грошових відносин. Ці методи мають два аспекти реалізації.

Перший аспект характеризує процес управління, зорієнтований на використання сегмента зовнішнього середовища. Суть цього аспекту:

- формування системи оподаткування об'єктів господарювання;
- визначення дійової амортизації політики, яка б сприяла оновленню матеріальних і нематеріальних активів підприємства;
- встановлення державою лінійного рівня заробітної плати та пенсій.

Другий аспект економічних методів управління зв'язано з управлінським процесом, орієнтованим на використання різних економічних важелів, таких як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

Соціально-психологічні методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини. Адже рівень сучасного виробництва, зростання загальноосвітнього і професійного рівня працівників зумовлюють суттєві зміни в системі ціннісних орієнтацій та структурі мотивації трудової діяльності людей. Традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій пріоритетний стимулюючий вплив.

Усе більшого значення набувають такі чинники, як змістовність і творчий характер праці, можливості для прояву ініціативи, моральне заохочення тощо. Тому розуміння закономірностей соціальної психології та індивідуальної психіки працівника є необхідною умовою ефективного виробництва чи будь-яким іншим видом діяльності.

Практична реалізація соціально психологічних методів управління здійснюється за допомогою різноманітних засобів соціального орієнтування та регулювання, гуманізації праці тощо.

Організаційні методи управління базуються на мотивах примусового характеру. Їхнє існування й практичне застосування зумовлене заінтересованістю людей у спільній організації праці. Організаційні методи управління – це комплекс способів і прийомів впливу на працівників, заснованих та використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва. Усі організаційні методи управління поділяють на регламентні й розпорядні.

Зміст регламентних методів полягає у формуванні структури та ієрархії управління, делегуванні повноважень і відповідальності певним категоріям працівників фірми, визначенні орієнтирів діяльності підлеглих, наданні методично-інструктивної допомоги виконавцям.

Розпорядчі методи охоплюють поточну (оперативну) роботу і базуються на показах керівників підприємств. Вони передбачають визначення конкретних завдань для виконавців, розподіл цих завдань між ними, контроль виконання, проведення нарад з питань поточної діяльності фірми.

Професійно вміле застосування економічних, соціально-психологічних та організаційних методів управління здебільшого забезпечує достатньо ефективне господарювання.

ПРОФЕСІЯ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Павлючек В.О., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

В сучасних умовах становлення і розвитку нового соціально-економічного суспільства у нашій країні, у невизначених чітко умовах і вимогах як юридичного, так і економічного характеру, проблема підготовки конкурентноспроможного фахівця з набором необхідних до економічної діяльності професійно значущих якостей, набуває все більшої актуальності.

Сучасних визначень менеджменту дуже багато. Найчастіше менеджмент розглядається як сукупність функцій, орієнтованих на ефективне використання людських, матеріальних та фінансових ресурсів задля досягнення цілей організації. Мені особисто більше до вподоби вислів однієї із засновників наукового менеджменту Мері Паркер Фоллет, яка писала, що менеджмент — це мистецтво добиватися успіху через керівництво людьми.

Управління з'явилося разом із людьми. Там де хоча б дві людини об'єднувалися в прагненні досягти якоїсь спільної мети, виникало завдання координації їхніх спільних дій , розв'язання якого хтось із них повинен був брати на себе. У цих умовах він ставав керівником, що управляє, а інший - його підлеглим, виконавцем.

І тільки в другій половині минулого століття після перемоги промислової революції на Заході ситуація різко змінилася. Ринкові відносини володіли всіма сферами життя суспільства. Тому від керуючих був потрібний високий професіоналізм, компетентність, уміння співставляти свою діяльність з існуючими законами. Просто зійтись з людьми було не достатньо - взаємодію потрібно було забезпечити надійною матеріальною базою, яку створював надійний безперебійний збут товарів. Це вимагало від менеджера ще і маклерських здібностей. У результаті з'являється група людей, які спеціально займаються управлінською діяльністю. Цим керівникам уже не потрібно тримати своїх підлеглих у покірності владною рукою. Головним завданням стає кропітка організація і щоденне управління виробництвом з метою забезпечення найбільшого прибутку власникам фірми. Ці люди стали називатися менеджерами. В теорії менеджменту менеджерами називають спеціалістів, які, використовуючи різноманітні методи і тактику управління, сприяють досягненню організацією або підприємством певних цілей.

Менеджер має мислити масштабно, перспективно. Управлінці можуть демонструвати прекрасні результати і водночас погубити всю компанію, якщо їхня робота не орієнтована на майбутнє. Зрозуміло, компанія повинна отримувати прибуток, але ж вона повинна отримувати прибуток як можна довше. Якщо ви думатимете тільки про прибуток, то не побачите можливостей, які відкриваються попереду. Мислення менеджера постійно повинно тренуватися на масштабність. Освіта та досвід надають людині спеціальних знань, умінь та навичок.

У сучасних умовах виробництва з кожним роком зменшується кількість рядових працівників і збільшується кількість менеджерів, тому до останніх вимоги зростають, так як менеджери стають основним фактором управління бізнесом.

Менеджери повинні мати спеціальні психологічні знання і володіти здібністю використовувати їх у повсякденній роботі управління організацією Основні професійні вимоги до менеджерів: концептуальність, оперативність, аналітичність, комунікабельність, комунікативність, освіченість тощо.

Як свідчать останні роки, наше суспільство переживає важкі часи переходу від однієї системи життя до іншої. В зв'язку з цим, кардинальним чином змінюються як політика, економіка, так і психологія людини. Звісно, що суспільні зміни торкнулися й управлінської діяльності. Традиційна модель управління націлювала увагу менеджера майже виключно на економічні цілі. Нова сучасна модель, яка відображує зростаючу інтеграцію економічних та соціальних процесів, становить перед менеджером також і соціальні завдання - забезпечння зайнятості, гуманізацію умов праці, розширення участі в управлінні та інше.

Користуючись багаточисельними літературними джерелами, я теоретично проаналізувала вимоги до професії менеджера в сучасних економічних умовах.

Головним висновком, який я зробила, було те, що на відміну від минулого часу, коли кращими менеджерами вважались люди з диктаторськими нахилами, в наш час вимоги до менеджера кардинально змінилися. Керуючи людьми менеджер повинен мати позитивний зв'язок із своїм персоналом. Він повинен бути лідером, щоб вести за собою підлеглих. А для цього необхідно мати авторитет, високий професіоналізм, позитивні емоції. Він повинен бути дипломатом, щоб налагоджувати стосунки, як з партнерами, так і з співробітниками. Загалом, сучасний менеджер повинен бути справжньою людиною у вищому розумінні цього слова - володіти знаннями, культурою, мати рішучий характер та професійні здібності. Саме професіоналізм, відповідальність, ініціатива й заповзятливість менеджерів здатні у будь-якій складній ситуації забезпечити підприємству успіх і прибуток, високу ефективність реалізованої практичної діяльності.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ ПОСЛУГ В ВАТ «СУМИОБЛЕНЕРГО»

Пищик О.О., студ.4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Кунда В.О.

ВАТ «Сумиобленерго» є специфічним підприємством по наданню послуг. Даний вид діяльності підприємство здійснює у двох напрямках: надання послуг по забезпеченню споживачів електроенергією та надання послуг по будівництву і налагодженні електроустановок споживачів відповідно до укладених з ними договорів.

Електроенергію, як продукт, не можна накопичувати і зберігати, тому вона як послуга одночасно з її виробітком постійно передається споживачам в тій кількості, в якій є потреба в даний час. Специфіка підприємства електромереж полягає в тому, що ціни на відпуск електроенергії (надання послуги) фіксуються згідно державних тарифів, розроблених національним комітетом по регулюванню електроенергетики (НКРЕ) і не можуть бути змінені на свій розсуд підприємством, навіть в тому випадку, коли це не є вигідним для самого підприємства.

Так, за першим напрямом діяльності обсяг наданих послуг ВАТ «Сумиобленерго» у 2010 році становить 308717,1 тис. грн., що на 45942,8 тис. грн. перевищує показники попереднього року. Зростання обсягів надання послуг відбулося завдяки збільшенню обсягів постачання електроенергії на 240,0 млн. кВт (13%) проти 2009 року та підвищенню тарифів на електроенергію в 2010 році.

Кількість абонентів, яким надається послуга, має незначні зміни в динаміці, і становить в середньому за досліджуваний період 557600 одиниць. Основна кількість абонентів, близько 524500, - побутовий сектор; 60,7 % з них знаходиться в містах, а 39,3 % - в сільській місцевості. З промисловими, побутовими та іншими споживачами в сфері надання послуг проводиться постійна робота, в якій задіяна велика група працівників підприємства - 1060 чоловік. Це керівні працівники енергозбуту, інженерно-технічні працівники відділень, інженери, контролери, спеціалісти по ремонту і заміні приладів обліку, водії; в тому числі 15 районних відділень енергозбуту.

Технічним забезпеченням передачі електроенергії споживачам, тобто забезпеченням надання послуги, займаються технічні служби підприємства і районних електричних мереж, зі своїми основними засобами, необхідним персоналом, транспортом - це особливий підрозділ енергетичної діяльності. Безумовно, ця робота безпосередньо входить, як в затратну, так і доходну частину економічної і фінансової діяльності підприємства, але ми коротко зупинимось на роботі, коли електрична енергія, як послуга, була надана до лічильника абонента.

Для того, щоб надана послуга мала правове забезпечення, з кожним абонентом складається договір. Таких договорів з абонентами в 2010 році було складено 522424 одиниць.

Основним показником за надану послугу є своєчасна сплата за неї. Для цього кожному абоненту надається рахунок, на основі якого він повинен розрахуватися за надану послугу. У випадках невиконання умов договорів застосовуються юридичні санкції.

З метою отримання додаткового прибутку ВАТ «Сумиобленерго» надає також послуги споживачам з питань приєднання до електричних мереж електроустановок споживачів, або їх ремонт і налагоджування.

Робота сервісного центру ВАТ «Сумиобленерго» будується таким чином, щоб виключити скарги та нарікання споживачів щодо неякісного їх обслуговування.

Працівники сервісного центру виконують роботи по формуванню послуг нових споживачів «під ключ», виконують будівельно-монтажні роботи, проводять роботи по ліквідації аварійних ситуацій, виконують роботи по заміні приладів обліку у споживачів, виконують роботи по виконанню високовольтних випробувань, по відключенню і підключенню споживачів у мережах 0,4 кВ.

Задля утримання сталих конкурентних позицій, на підприємстві функціонує відділ з маркетингу та реклами, безпосередньо підпорядкований заступнику голови правління. На підприємстві організовано роботу «столу довідок» служби 005 для споживачів, які бажають отримати інформацію по телефону в стислі строки стосовно роботи сервісного центру, окремих підрозділів, що виконують роботи і послуги для споживачів.

Після виконання робіт споживачеві надається повний комплект технічної документації з питань приєднання до мереж ВАТ «Сумиобленерго», а саме: технічні умови, довідка про виконання технічних умов, акт розмежування балансової належності, акти на скриті роботи по монтажу електричної проводки, проект на електропостачання, протоколи вимірювальних робіт, акт державної технічної комісії.

Роботи по наданню послуг плануються на кожний місяць і виконуються згідно калькуляцій на додаткові роботи та послуги, затверджені наказом по ВАТ «Сумиобленерго». Після представлення звітів районами електричних мереж, фінансово-економічним відділом підприємства розраховуються затрати на виконання цих робіт і підраховується прибуток від надання послуг.

Таким чином, управління наданням послуг в ВАТ «Сумиобленерго» знаходиться на достатньо високому рівні. Використання сучасного обладнання і технологій привертають увагу зацікавлених в

наданні послуг осіб за рахунок чого їх кількість збільшується, що сприяє формуванню іміджу підприємства та в цілому підвищує ефективність його діяльності.

ПРИЧИНИ КОНФЛІКТІВ В МОЛОДИХ СІМ'ЯХ

Кучкова О.Ф., студ. 2 курсу ФМ
Науковий керівник: ст. викладач Нєсвєтова С.В.

Проблема подружніх конфліктів у молодій сім'ї є на сьогодні дуже актуальною. Важливу роль у розвитку сучасного українського соціуму відіграє молода сім'я, адже саме на цей період життєдіяльності родини припадає народження дітей, процес первинної соціалізації особистості, задоволення її фізіологічних та духовних потреб, реалізація значущих індивідуальних якостей. Стан молодої сім'ї визначає рівень майбутнього українського суспільства. Проте прогресивна динаміка сучасної молодої родини пов'язана з численними об'єктивними й суб'єктивними труднощами, які спричинюють появу конфліктів, що часто руйнують сприятливий психологічний клімат сім'ї, негативно позначаються на здоров'ї членів родини, а нерідко зумовлюють розлучення. На сучасний стан сім'ї впливають зміни, які відбуваються в суспільстві: кризи політичної, економічної, культурної систем; демографічні, побутові, морально-психологічні та інші.

Проблемою сімейних конфліктів займалися багато як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Численні наукові дослідження (Е.Берн, Л.Шнейдер, Ю.Азаров, В.Сисенко, М.Обозов, Т.Жаровцева, Г.Батищева, З.Зайцева, І.Пєша та ін.) свідчать про актуальність потреби соціально-педагогічного дослідження сім'ї, пошуку закономірностей функціонування сучасних молодих родин. До проблем молодої сім'ї зверталися такі науковці: А.Макаренко, В.Постовий, Т.Алєксєєнко, О.Черкасова (формування педагогічної культури батьків); В.Сухомлинський, З.Зайцева, Д.Луцик, В.Кравець, В.Стахневич (підготовка молоді до сімейного життя); А.Алексюк, І.Звєрєва, А.Капська, Л.Коваль, А.Терещенко (науково-педагогічні засади існування системи соціальних служб для молодої сім'ї); Н.Гордєєва, А.Бєсєдін, О.Безщотнова, Н.Лавриченко (девіації сімейно-шлюбних відносин), А.Дмитренко, А.Обозова, Ю.Олейник (психологічні фактори подружньої сумісності).

Відповідно до законодавства, сім'ю складають особи, які спільно проживають, пов'язані спільним побутом, мають взаємні права та обов'язки. У молодих сім'ях формується модель майбутніх сімейних стосунків, здійснюється розподіл прав і обов'язків, утворення духовних зв'язків між партнерами, пошук такого типу ставлень, який би задовольняв їх обох, вироблення на цій основі загальних сімейних цінностей. Особливу увагу фахівці звертають на чинники дестабілізації сімейного життя майбутнього подружжя, зокрема такі, як: коротка тривалість дошлюбного знайомства, відсутність спільних інтересів у подружжя, дошлюбна вагітність, значна матеріальна, емоційна і психологічна залежність партнерів від своїх батьків, невиправдана ідеалізація, розбіжність установок подружжя стосовно розподілу сімейних ролей.

Життєдіяльність сім'ї безпосередньо пов'язана із задоволенням певних потреб її членів, які й зумовлюють різні функції сім'ї:

1)виховна функція сім'ї полягає в тому, що задовольняються індивідуальні потреби в батьківстві та материнстві;

2)господарчо-побутова функція сім'ї полягає в задоволенні матеріальних потреб членів сім'ї, сприяє збереженню їх здоров'я;

3)емоційна функція припускає задоволеність потреби в симпатії, визнанні, повазі, емоційній підтримці, психологічному захисті;

4)функція духовного (культурного) спілкування – задоволення потреб у спільному проведенні вільного часу, взаємному духовному збагаченні;

5)функція первинного соціального контролю – забезпечення виконання соціальних норм членами сім'ї, особливо тих, хто внаслідок різних обставин (вік, хвороба) не володіє достатньою здатністю самостійно визначати власну поведінку в повній відповідності до соціальних норм;

6)сексуально-еротична функція – задоволення сексуально-еротичних потреб подружжя.

Отже, немалий обсяг наявного наукового матеріалу, присвяченого сімейній тематиці, засвідчує той факт, що проблема подолання подружніх конфліктів має постійний науковий розвиток, розширюється її методологія, знаходяться нові підходи до розгляду зазначеного питання. Значної уваги потребує теоретичне та експериментальне дослідження причин виникнення подружніх конфліктів у молодій сім'ї, яка легко піддається впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх негативних чинників. Молода сім'я як соціальний інститут, з яким пов'язуються подальші суспільні перетворення в країні, вимагає уважного вивчення її проблем і потреб, розробки системи соціально-педагогічних умов її становлення й розвитку.

Тобто, на сьогодні слід приділяти увагу не тільки вчених, а й соціальних інститутів суспільства на зміну підходів до підготовки молоді до подружнього життя, більш серйозного розуміння відповідальності за наслідки своїх вчинків. Адже, саме у родині формується і розвивається особистість.

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Пономаренко М. І., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: доцент Ксенофонтова М.М.

Проблема управління підприємством в умовах кризи є досить важливою та актуальною сьогодні. Доказом цього є недавній досвід скрутного функціонування всіх сфер діяльності в умовах міжнародної фінансової кризи. Лише висококваліфіковане управління дозволить вийти з кризи з найменшими втратами і, навіть, з отриманням вигоди, як на національному, так і на міжнародному рівні.

Здійснення ефективного антикризового управління є однією з умов ведення успішного бізнесу. В умовах глобалізації економіки, підприємство стикається з кризами різного характеру і ступеня складності, а діяльність на міжнародному рівні особливо чутлива до різких змін. Тому, зростає необхідність здійснення антикризового управління, що являє собою систему управління підприємством, що здатна пом'якшувати наслідки кризи, утримувати функціонування підприємства в режимі виживання та виводити його з кризового стану з мінімальними втратами.

Так, у роботі Н.В. Туленкова, висловлюється думка, що будь-яке управління підприємством повинно бути антикризовим, тобто побудованим на врахуванні ризику та небезпеки кризових ситуацій. Процес виведення господарського суб'єкта з даного негативного стану має відбуватися не хаотично та безсистемно, він має бути належним чином організований та скоординований. В свою чергу, Коваленко О.В. визначає антикризове управління як систему, спрямовану на діагностику, попередження, локалізацію, нейтралізацію та подолання кризових явищ засобами сучасного менеджменту, з допомогою нових інформаційних технологій та економіко-математичного моделювання.

Незважаючи на позитивні зрушення в економіці протягом останніх років, в наслідок світової фінансової кризи багато підприємств України вже знаходяться в стані кризи або у найближчому майбутньому будуть охоплені кризовими явищами. На жаль, більше половини всіх підприємств України внаслідок загальноекономічної кризи виявилися неспроможними, в економічному відношенні, та постали перед необхідністю примусової санації. Щоб успішно функціонувати як на національному, так і на світовому ринках, менеджменту організації необхідно враховувати ряд аспектів, які можуть призвести до кризи і вживати всіх заходів, щоб не тільки не припинити свою діяльність, а й отримати максимальний позитивний результат.

Антикризове управління є визначальним фактором економічного розвитку не лише окремих підприємств, а й регіонів чи країни в цілому. Даний вид управління створює необхідні умови для стабілізації, подальшого розвитку та активізації діяльності підприємства не лише на вітчизняному ринку, але й при виході на зарубіжні ринки.

Антикризове управління дає можливість одержати надійні відомості про проблеми підприємства та забезпечити керівників рекомендаціями, які дозволять регулювати та контролювати кризовий стан організації, а також застосувати необхідні, саме в даному випадку, методи запобігання отриманню негативних наслідків кризи.

На мій погляд, доцільно розглядати антикризове управління як спеціальне, постійно організоване управління, націлене на найбільш оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для своєчасного його подолання, з метою забезпечення відновлення життєздатності окремого підприємства, недопущення негативних наслідків кризи. Іншими словами, дане управління необхідно розглядати як комплексний, багатоплановий процес, включаючи спеціальні фінансові процедури, відповідний маркетинговий план, а також надзвичайні заходи щодо мобілізації ресурсів підприємства. У зв'язку з тим, що майбутнє суб'єктів господарювання в Україні значною мірою залежить від стану національної економіки, аналіз існуючих в країні проблем має стати невід'ємною частиною антикризового управління відповідного суб'єкта господарювання.

Слід зазначити, що необхідним елементом антикризових заходів є оцінка ефективності антикризового управління. Критерії оцінки потрібно підбирати так, щоб вони, по-перше, давали об'єктивну інформацію про вплив антикризових заходів на основі фінансових параметрів діяльності підприємства; по-друге, зменшували можливості менеджменту всіх рівнів використовувати переваги в інформаційному забезпеченні на власну користь; по-третє, стимулювали менеджерів до виконання плану антикризових заходів та до прийняття оптимальних управлінських рішень; по-четверте, були зрозумілими та простими у розрахунках. Як і багато інших явищ, криза лише в деяких випадках буває «запланованою». Якщо проаналізувати передкризовий період, то скоріше за все, в ньому будуть виявлені симптоми її початкового розвитку. Тому її можна прогнозувати, і, відповідно, - намагатися уникнути, але інколи це неможливо передбачити. В даній ситуації, головним завданням є зупинити кризу, тобто звести витрати до мінімуму, або взяти контроль над ситуацією та керувати процесом.

Розробляючи антикризові заходи, необхідно враховувати стан та прогноз розвитку зовнішнього середовища, забезпечувати їх адекватність та часову відповідність до процесів, що відбуваються за межами підприємства. Дана робота, на мій погляд, повинна проводитися на усіх рівнях управління щоденно, відслідковувати найменші нюанси як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі.

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Прасол О.О., студент 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М.

Український ринок автомобілів до 1998 року вважався незначним, а завдяки стрімкому зростанню протягом 2003-2007 років перетворився не тільки в один з найперспективніших ринків Східної Європи, але й вийшов на провідні позиції щодо об'єму в Європі в цілому.

За підсумками 2006 року Україна не тільки ввійшла в десятку найбільших авторинків Європи, але й витіснила Австрію з 9-ї позиції. Такий результат був досягнутий завдяки черговому рекорду темпів росту ринку, продемонстрованому в 2006 році: приріст продажів легкових автомобілів склав близько 40%, для порівняння, ріст європейського ринку легкових автомобілів в 2006 році склав близько 0,7%.Загальний об'єм ринку нових легкових автомобілів України склав в 2006 році більше 370 тис. шт (за підсумками 2005 року – близько 265 тис. шт). Більше того, характерним для ринку України є поступовий перехід від дешевих застарілих машин до більш дорогої техніки.

В 2008 році Всеукраїнська асоціація автомобільних імпортерів і дилерів заявила, що в першій декаді листопада продаж імпортних автомобілів в Україні скоротився в 4 рази порівняно з першою декадою жовтня. Таке падіння продажу відбулося через зменшення обсягів споживчого кредитування в 5-6 разів і зростання курсів основних валют, що у свою чергу призвело до підвищення вартості імпортованих автомобілів у національній валюті.

Продажі автомобілів в світі скоротилися на 3% в 2008 р., головним чином, з причини обвального четвертого кварталу. Незважаючи на те, що ринки в Росії і Україні зросли на 16%, продажі нових автомобілів скоротилися на 16% у країнах NAFTA і на 9% у Західній Європі/ Криза сприяла тому, що в 2009 році в Україні було продано 162,3 тис. нових легкових автомобілів, що на 74% менше, ніж у 2008 році. (282,4 тис.) Структура продажів автомобілів: сегмент малих автомобілів продовжив зростання в усьому світі навіть у 2008 р. (6%), в той час як автомобілі преміального сегменту (-19%) і позашляховики (-11%) значно втратили свої позиції. Рентабельність виробників автокомплектуючих досягла історичного мінімуму. Фінансові показники виробників автомобільних комплектуючих значно погіршилися. У 2008 р. середньогалузева рентабельність опустилася приблизно до 3% у EBIT (у 2007 вона становила 5,4%).

В 2010 році продажі нових легкових автомобілів в Україні в 2010 році збільшилися на 0,19% порівняно з 2009 роком – до 162,6 тис. штук. В грудні 2010 року зусиллями всіх операторів авторинку вдалося реалізувати рекордну кількість автомобілів за весь 2010 рік, коли українці купили 17,8 тис. автомобілів, що на 43% більше, ніж у грудні 2009 року.

В результаті, лідерство за підсумками грудня зберіг «АвтоВАЗ», який продав понад 2,9 тис. автомобілів, що на 5,4% більше, ніж у листопаді 2010 року. Справжній рекорд був встановлений у салонах ЗАЗу – понад 2 тис. автомобілів і 11,5% ринку. Третій результат у Hyundai з показником 7,9% ринку. Стабільно мали попит Toyota, особливо позашляховики, попит на які підігріли зима і акції. Renault весь 2010 рік набирав обороти, а в грудні ділери змогли реалізувати понад 1 тис. автомобілів і зайняти п'яте місце на ринку. Наростили продажі і в дилерській мережі Skoda. Досить потужно фінішували в 2010 році Chevrolet, Mitsubishi і Nissan, збільшивши свої продажі на 13-16%. Передноворічна лихоманка спустошила склади і дилерів premium-автомобілів, серед яких зафіксовано зростання в Lexus, Mercedes-Benz і Audi, а покупців Land Rover стало на 120% більше. Але й серед дорогих автомобілів до кінця місяця почав вимальовуватися дефіцит.

У поточному році, за оцінками експертів, ринок легкових автомобілів в Україні може зрости на 15-20% в порівнянні з 2010 роком. При цьому, за оцінкою Всеукраїнської асоціації автоімпортерів і дилерів, позитивний вплив чинитиме початок легальної роботи за програмами trade-in (залік вартості старого автомобіля при купівлі нового), і відновлення валютного кредитування фізичних осіб.

За повідомленням асоціації автовиробників України "Укравтопром" виробництво легких автомобілів в Україні в січні-вересні 201о року скоротилося на 15,2%, порівняно з аналогічним періодом 2009 року, до 47,838 тис машин. За даними асоціації, виробництво автобусів в Україні в січні-вересні 2010 року збільшилося в 2,4 раз, порівняно з аналогічним періодом 2009 року, до 1920 машин. Виробництво вантажних автомобілів в Україні за 9 місяців 2010 року збільшилося в 2,1 раз, порівняно з аналогічним періодом 2009 року, до 3732 машин.

Директор з маркетингу групи компаній "AIC" Сергій Боровик вважає, що первинний український ринок легкових автомобілів в 2011 році збільшиться в середньому на 24% в порівнянні з 2010 роком - до 200 тис. одиниць. На думку Боровика, аналогічний прогноз можна віднести і до ринків комерційних і вантажних автомобілів. "Безумовно, ми не очікуємо багаторазового збільшення продажів автомобілів у наступному році, однак за попередніми обережними прогнозами, зважаючи на очікування зростання ВВП, а також позитивний вплив основних макроекономічних показників (збільшення інвестицій, зростання бюджетних витрат, зростання обсягу вантажоперевезень), ринок легкових авто повинен зрости на 24%", - заявив експерт і додав, що прогноз буде залежати і від політичних чинників, і від впливу Податкового кодексу.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Тіщенко А.В., студ. 3 курсу ФМ, спец «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ксенофонтова М.М.

Впровадження систем автоматизації управління є складним і зазвичай болючим процесом. Тим не менш, деякі складнощі, що виникають при впровадженні системи, досить добре вивчені, формалізовані та мають ефективні методології вирішення. Завчасне вивчення цих проблем та підготовка до них значно полегшують процес впровадження та підвищують ефективність подальшого використання системи.

При впровадженні систем управління зазвичай виникають наступні складнощі:

- відсутність постановки завдань менеджменту на підприємстві;
- необхідність часткової або повної реорганізації структури підприємства;
- необхідність зміни технології бізнесу в різних аспектах;
- опір співробітників підприємства;
- тимчасове збільшення навантаження на співробітників під час впровадження системи;
- необхідність в формуванні кваліфікованої групи впровадження та супроводу системи, вибір сильного керівника групи.

Грамотна постановка завдань менеджменту є найважливішим чинником, що впливає як на успіх діяльності підприємства в цілому, так і на успіх проекту автоматизації. Перше, що необхідно зробити для того, щоб проект впровадження автоматизованої системи управління виявився вдалим – максимально формалізувати всі ті контури управління, які власне ви плануєте автоматизувати.

Також, перш ніж приступати до впровадження системи автоматизації на підприємстві зазвичай необхідно провести часткову реорганізацію його структури та технологій ведення бізнесу. Тому, одним з найважливіших етапів проекту впровадження, є повне й достовірне обстеження підприємства в усіх аспектах його діяльності. На основі висновку, отриманого в результаті обстеження, будується вся подальша схема побудови корпоративної інформаційної системи.

Впровадження системи автоматизації вносить суттєві зміни в управління бізнес-процесами. Однак не варто вважати, що при наявності автоматизованої системи управління стане простіше. Навпаки, суттєве скорочення паперової тяганини прискорює процес та підвищує якість обробки замовлень, піднімає конкурентоспроможність та рентабельність підприємства в цілому, а все це потребує більшої зібраності, компетенції та відповідальності виконавців. Можливо, що існуюча виробнича база не впорається з новим потоком замовлень, і до неї також необхідно буде вносити організаційні та технологічні реформи, які згодом позитивно вплинуть на процвітання підприємства.

Також, при впровадженні корпоративних інформаційних систем, в більшості випадків виникає активний опір співробітників на місцях, який є серйозною перешкодою для консультантів і здатен зірвати або істотно затягнути проект впровадження. Керівники підприємства, що прийняли рішення автоматизувати свій бізнес, в таких випадках повинні всіляко сприяти відповідальній групі фахівців, що проводить впровадження інформаційної системи, вести роз'яснювальну роботу з кадрами.

На деяких етапах проекту впровадження тимчасово зростає навантаження на співробітників підприємства. Це пов'язано з тим, що окрім виконання звичайних робочих обов'язків співробітникам необхідно освоювати нові знання і технології. Під час проведення дослідної експлуатації і при переході до промислової експлуатації системи протягом деякого часу доводиться вести справи як в новій системі, так і продовжувати ведення їх традиційними способами (підтримувати паперовий документообіг і системи, що існували раніше). У зв'язку з цим, окремі етапи проекту впровадження системи можуть затягуватися. У таких випадках керівникові підприємства окрім ведення роз'яснювальної роботи зі співробітниками, що ухиляються від освоєння нових технологій необхідно підвищити рівень мотивації співробітників до освоєння системи у формі заохочень і вдячностей, прийняти організаційні заходи до скорочення терміну паралельного ведення справ.

Впровадження більшості крупних систем автоматизації управління проводиться за наступною технологією: на підприємстві формується невелика (3-6 працівника) робоча група, яка проходіть максимально повне навчання роботі з системою, потім на цю групу лягає значна частина роботи по впровадженню системи і подальшому її супроводу. Особливо важливим питанням є вибір керівника такої групи і адміністратора системи. Керівник, окрім знань базових комп'ютерних технологій, повинен володіти глибокими знаннями в області ведення бізнесу і управління.

Але, звісно, кожне підприємство має власну унікальну організаційну специфіку, і при впровадженні можуть виникати різноманітні нюанси, які потребують додаткового розгляду та пошуку методів їх розв'язання.

Ми вважаємо, що впровадження, по суті, ніколи не закінчиться, оскільки система повинна постійно вдосконалюватися в процесі своєї промислової експлуатації разом з прогресом інформаційних технологій та методологій управління діяльністю вашого підприємства.

ПОКРАЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Ременюк С.А., студ. 3 курсу ФМ
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

Стратегічні, тактичні та оперативні комплексно поставлені задачі управління діяльністю організації можна вирішувати лише за допомогою успішно діючої інформаційної системи менеджменту, яка базується на використанні сучасних програмних візуальних оболонок, економіко-математичних методів і моделей, засобів об'єктно-орієнтованого програмування, сучасних засобів електронної обчислювальної техніки і засобів зв'язку. Інформаційна система менеджменту повинна забезпечувати комплексне вирішення стандартних спеціалізованих задач кожної складової інформаційної підсистеми, проводити економічне прогнозування і аналіз в кожній окремій підгрупі даних підсистем, і, врешті, дозволяти проводити моделювання управлінських рішень, як найвищий критерій адекватності реагування в розглянутій ситуації.

Сучасні інформаційні технології дозволяють створювати єдине інформаційне середовище в організації (фізичну основу якого становлять інтегровані комп'ютерні мережі та системи зв'язку), яке допомагає у динаміці супроводжувати та координувати, як внутрішню, так і зовнішню діяльність. Зокрема, такий підхід включає технічну, організаційну та методологічну інтеграцію таких базових напрямків управлінської діяльності, як виробничу, організаційну, маркетингову, фінансову, бухгалтерську, кадрову та проектно-конструкторську. Інформаційні ресурси розміщуються в розподілених базах даних, які працюють в полі єдиних протоколів та правил під керівництвом адміністратора даної мережі.

На практиці інформаційні системи менеджменту створюються у процесі формування інтегрованих автоматизованих систем управління великими економічними об'єктами. Такі комплекси охоплюють всі рівні управління об'єкту від загального керівництва до управління виробничими процесами. При цьому всі рівні управління тісно взаємопов'язані. Зворотній зв'язок, що починається з нижніх рівнів, сприяє прийняттю рішень на вищих рівнях управління. Зверху донизу здійснюється об'єднання ресурсів, необхідних для виконання робіт, синхронізація комплексних програм, спрямованих на розвиток системи. У склад таких систем можуть входити декілька інформаційних центрів - сотні мережних комп'ютерів, тисячі персональних комп'ютерів, десятки тисяч пакетів програмних комплексів, як вищих форм використання інформаційного ресурсу в менеджменті.

В останні десятиріччя менеджмент у найрозвинутіших країнах переводиться на творчі інформаційні технології нового вищого рівня. Вони охоплюють повний інформаційний цикл - напрацювання інформації (нових знань), її передачу, переробку, використання для перетворення об'єкта, досягнення нових, вищих цілей. Їх деколи називають інформаційно-динамічними технологіями, бо вони забезпечують розвиток самих керованих об'єктів. Творчі інформаційні технології, які означають вищий етап комп'ютеризації менеджменту, характеризуються двома важливими особливостями:

- по-перше, можливістю переробки і використання інформації у вигляді знань, тобто змістовної взаємодії з об'єктом і соціальним середовищем.
- по-друге, інформаційно-динамічні технології охоплюють увесь інформаційний цикл - від матеріально-енергетичних і трудових затрат на створення інформаційних ресурсів до закінчення їх використання з метою переводу об'єкта в новий стан.

На відміну від попередніх рівнів розвитку інформаційних технологій, які становили лише керуючу частину кібернетичної системи, не звертаючи увагу на об'єкт, інформаційно-динамічна технологія охоплює всю конкретну систему (організацію, підприємство, об'єднання). Власне це є основною причиною, чому сучасні інформаційні технології радикально перетворюють різні сфери людської практики.

Серед основних тенденцій розвитку сучасних інформаційних систем менеджменту можна відзначити такі: створення єдиного об'єднаного інформаційного середовища в організації; створення тісних інформаційних горизонтальних та вертикальних зв'язків всередині організації для обміну інформацією; конвергенція та інтеграція спеціалізованих інформаційних систем; можливості доступу до зовнішніх джерел інформації; впровадження інтелектуальних творчих засобів обробки інформації.

Таким чином, розвиток інформаційних систем менеджменту дасть змогу здійснювати ефективне управління при порівняно незначних затратах. Інформаційна система менеджменту повинна забезпечити підтримку основних (первинних) процесів управління підприємством, допоміжних (вторинних інформаційних) процесів в таких класичних спеціалізованих функціональних ділянках: фінансовій, бухгалтерській, маркетинговій, зовнішньо-інформаційних зв'язках.

Одною з найважливіших цілей створення інформаційних систем менеджменту є забезпечення комплексного скоординованого автоматизованого виконання розрахункових, проектних і обліково-інформаційних робіт, які виникають у функціонально-організаційних системах підприємства.

ЗЕМЕЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Гречаний В.М., к.е.н., доцент

Цінність сільськогосподарської землі почала хвилювати людство з часів зародження землеробства. Минав час, змінювалися суспільно-історичні формації, змінювалися відносини між людьми, але земля завжди була джерелом добробуту і достатку.

Російський письменник Ф.М.Достоєвський писав: «Той хто володіє землею, той володіє всім». Реформатор царської Росії П.А.Столипін відзначав, що земля це влада. Ці висловлювання є актуальними і сьогодні.

Нині точиться дискусія, як бути з сільськогосподарською землею продавати її чи не продавати.

Земля, так як і повітря, вода, сонце це дар божий. Вона не може належати комусь одному тому, що це всенародне багатство і має належати всьому суспільству через державну власність.

Загалом серед громадян України переважають ті, хто вважає за доцільне запровадження певних обмежень на право приватної власності на землю сільгосппризначення – або лише в невеликих розмірах для тих, хто сам обробляє землю, або лише для громадян України. Що стосується мораторію на продаж сільськогосподарських земель, то значна частина респондентів не має сформованого ставлення до цієї проблеми: 19,7% опитаних взагалі нічого про це не знають, 12,3% – не визначилися, а 14,8% висловили нейтральне ставлення. Однак частка тих, хто позитивно ставиться до мораторію, більш ніж удвічі перевищує частку тих, хто ставиться негативно (відповідно 36,6% і 16,6%). При цьому сільські жителі висловлюють позитивне ставлення до нього частіше, ніж городяни (відповідно 41,1% і 34,6%). Загалом ставлення українців до великого землеволодіння, значною мірою через побоювання, що великі землевласники отримають значний вплив і диктуватимуть свої умови не лише мешканцям регіону, де розміщена їхня власність, а й місцевим органам влади. Проявом цього, зокрема, є висока підтримка запровадження певних обмежень на право приватної власності на землю сільськогосподарського призначення. Сільські мешканці обережніше, ніж міські, ставляться до купівлі продажу землі. Значна роль у визначенні ставлення до того, якою має бути стратегія земельної політики, належить стереотипам, що формувалися і продовжують формуватися під ідеологічним впливом. Це підтверджується відмінностями в позиціях молодшого та старшого поколінь, свідомість яких формувалася в різних суспільних умовах. А висновок такий: ставлення громадян до проблем розвитку ринку землі значною мірою формується й надалі формуватиметься залежно від того, наскільки послідовними, прозорими та успішними будуть дії влади в цій сфері.

Для вирішення проблеми використання земель необхідно подивитися як це питання вирішується в країнах з розвиненим виробництвом сільськогосподарської продукції.

З засобів масової інформації, інших інформаційних джерел ми бачимо, що найбільш високими темпами розвивається Китай. В той час коли всі країни переживали кризу, в Китаї її не було, так виробництво валової продукції зросло понад 8 відсотків. В даний час в Китаї Україна закуповує дефіцитну для нас гречку. Виникає питання, як же земельні відносини вирішуються в Китаї? В цій країні земля знаходиться у державній власності і передається в довготривалу оренду (до 30 років)

Звичайно в Україні дещо інша ситуація. Земля в нас розпайована і передана у власність селянам. Цим держава в якійсь мірі погасила борг перед трудівниками полів і ферм, працівниками соціальної сфери села. Але як бути далі? Певна частина власників земельних паїв обробляють землю самостійно, інші здали свої паї в оренду, адже є і ті, хто бажає продати свої наділи.

Цікавим, щодо вирішення цієї проблеми, є приклад Білгородської області Російської федерації. Білгородська область за рівнем соціально-економічного і культурного розвитку стоїть на порядок вище від інших регіонів Росії. Власники земельних паїв які мали бажання продати свою землю вирішили продати її в обласну комунальну власність - тобто державі. Розпорядником цієї землі є обласна рада, яка передає її в довготривалу оренду (понад 30 років). Кошти отримані від сплати орендної плати ідуть на розвиток конкретного села.

В нашій ситуації слід створити умови за яких той хто бажає обробляти свою землю мав би можливість робити це сучасною технікою за сучасними технологіями. Бажаючі передати паї в оренду могли передати їх за гідну орендну плату на довготривалу перспективу з тим, щоб орендар вкладав в землю інвестиції і міг їх окупити, і звичайно для тих хто має бажання продати свою землю, має бути визначена на рівні держави справедлива ціна, створений державний земельний банк , який би займався скупкою землі. Куплена земля має ставати власністю держави і нею передаватися в оренду на довгостроковий період. Відрахування від орендної плати мають іти на розвиток сільської освіти, медицини, культури, будівництво і ремонт доріг, будівництво водогонів, освітлення вулиць і т.п.

Держава має взяти на себе контроль за дотриманням законодавства, щодо виплати орендної плати, обмеженням площі орендованої землі одним орендарем, поліпшенням родючості грунтів, дотриманням сівозмін, веденням боротьби з ерозією грунтів.

Викладеного підходу до вирішення земельних питань дотримується певна група політиків, науковців, практиків. Ми вважаємо, що на сьогодні це найбільш справедливе вирішення земельного питання в нашій державі за якого в вигідному становищі будуть власники земельних паїв, орендарі, держава.

ОСОБЛИВОСТІ УСПІХУ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сергієнко О.С., студ. 3 курсу ФМ, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

Успіх організації в сучасних умовах господарювання пов'язаний з ім'ям та діяльністю менеджерів. Вони формують цілі організації, забезпечують її ресурсами, планують і здійснюють контроль, приймають рішення й організовують діяльність. Особистість менеджера – це головний фактор забезпечення ефективного розвитку фірми.

Сучасному менеджеру мусить бути притаманна широка гама ділових якостей для досягнення великих результатів в управлінні: висока ерудиція і професійна компетентність, схильність до лідерства в колективі і здатність ефективно діяти в умовах економічного ризику, практичний розум і здоровий глузд, комунікабельність, заповзятливість, ініціативність і енергійність, вимогливість і дисциплінованість, висока працездатність, воля, цілеспрямованість.

Серед морально-психологічних якостей найбільш важливими є високі життєві ідеали, чесність і правдивість, справедливість і об'єктивність, воля і мужність, розвинуте почуття обов'язку і відповідальності, інтелігентність і толерантність

Важливою рисою для керівника є тактовність у взаємовідносинах з вищестоящими керівниками, колегами по роботі і, що особливо важливо, з підлеглими. Керівник повинен постійно демонструвати емоційну стриманість, ввічливість і безмежну терпеливість. Ні за яких обставин керівник не може адекватно відреагувати на грубощі підлеглих та інші нетактовні дії.

Сучасний менеджер повинен мати фундаментальні знання з макро- і мікроекономіки, наукового менеджменту, теорії розпорядництва і лідерства, соціології, психології та права, інформаційної технології і комп'ютерної техніки.

Особливості успіху менеджера у найбільш узагальненому вигляді можна сформулювати у наступних кваліфікаційних вимогах:

1. Концептуальна кваліфікація. Передбачає здатність логічним чином акумулювати, аналізувати та інтерпретувати необхідну інформацію. Менеджер повинен розуміти як зовнішнє так і внутрішнє оточення, з яким йому доводиться працювати, вплив змін в цьому оточенні на організацію. Іншими словами, менеджер повинен "бачити велику картину", тобто загальний стан справ, напрямки і перспективи розвитку своєї організації.

2. Кваліфіковані людські стосунки. Передбачають здатність розуміти інших людей та ефективно взаємодіяти з ними. Це вміння найбільш важливе при виконанні функції лідирування, так як охоплює комунікативність, вміння мотивації і особистий приклад менеджера у відносинах з іншими людьми. Ці навики необхідні не тільки для підтримання хороших стосунків з окремими особами, але й з групами людей. Хоча ці навики важливі для менеджерів всіх рівнів управління, найбільш важливими і потрібними вони є все-таки для лінійних менеджерів.

3. Ділова (адміністративна) кваліфікація. Це вміння, передбачає здатність формувати і виконувати певним упорядкованим методом процедури і процеси перетворення рішень в результати. Іншими словами, це здатність керівника реалізувати свої рішення з допомогою чітко вироблених процедур, а не випадковим шляхом, що дає впевненість у правильності втілення рішень в життя.

4. Фахова кваліфікація. Передбачає наявність певних знань та здатності ефективно виконувати специфічні процеси і вимоги, які властиві тій чи іншій професії, посаді або організації

Розглянуті вище вимоги носять дещо узагальнений характер. На основі цих вимог можна сформулювати 12 визначних характеристик, якими повинен володіти менеджер, щоб досягти успіху в управлінні:

- Здатність керувати собою;
- Розумні особисті цінності;
- Чіткі особисті цілі;
- Акцент на постійний особистий зріст;
- Навики вирішення проблем;
- Винахідливість і здатність до інновацій;
- Висока здатність впливати на оточуючих;
- Знання сучасних підходів до управління;
- Здібність до керування;
- Вміння навчати і розвивати підлеглих;
- Здатність формувати і розвивати ефективні робочі групи;
- Мислити масштабно, вирішувати стратегічні проблеми.

Таким чином, особливості успіху менеджера полягають у його морально-психологічних якостях та ділових навичках. Але кожен потенційний менеджер сьогодні просто зобов'язаний вкласти певний час і енергію для формування, підтримки та підвищення своїх кваліфікаційних показників і характеристик, які необхідні для підвищення особистого потенціалу та ефективного розвитку фірми.

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сердюк А.Л., студ. 4 курсу, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Кунда В.О.

Кожна організація є складною соціально-економічною системою, яка поєднує у виробничому процесі різноманітні матеріальні елементи, людські ресурси та інформаційні зв'язки.

В цілому, управління організацією як єдиний нерозривний процес включає в себе наступні невід'ємні складові:

⇒ управління матеріально-технічною підсистемою організації;

⇒ управління фінансово-економічною підсистемою організації;

⇒ управління соціально-психологічною підсистемою організації.

Надамо коротку характеристику кожній з вищевизначених складових.

Управління матеріально-технічною підсистемою організації включає в себе два основні поняття: управління матеріальними ресурсами (планування потреб у сировині, транспорт, склади, інформація, виробниче планування і контроль матеріалопотоків, кадри) та управління матеріально-технічним забезпеченням (вивчення кон'юнктури ринку, укладення та контроль виконання договорів, вибір ефективних господарських зв'язків, вибір способу транспортування та ін.).

Процес управління матеріальними ресурсами організації поділяється на декілька відокремлених процесів, часто різного характеру. Кожний функціональний підрозділ діє у відповідності із завданнями, що перед ними поставлені, критеріями зі збільшення прибутку і мінімізації затрат. У цих умовах виникає необхідність комплексної оптимізації системи управління матеріальними ресурсами. Досягти цього можна на основі системного підходу (або концепції логістики), суть якої полягає в інтеграції виробництва, матеріально-технічного забезпечення, транспортування, інформації та комунікації. Тобто управління матеріальними ресурсами має базуватись на основі системного підходу, який спрямований на безперервну роботу підприємств, забезпечення їх необхідними матеріалами та сировиною при мінімальних затратах на них.

Управління фінансово-економічною підсистемою організації або фінансовий менеджмент являє собою наступний набір завдань та функцій: формування активів, формування фінансової структури капіталу, управління оборотними та необоротними активами організації, управління інвестиціями, управління формуванням власних фінансових ресурсів та залученням позикових фінансових засобів та управління фінансовими ризиками організації.

Управління фінансовими ресурсами фірми, через багатоваріантність його прояву, на практиці неможливо здійснювати без професійної організації цієї роботи.

Довгий час у вітчизняній практиці фінансові служби фірм не мали самостійного значення, їхня робота зводилася до обслуговування розрахунків з використанням строго певних форм, складанню елементарних фінансових планів і звітів, що не мають реальних наслідків. Реальні наслідки мала тільки робота бухгалтерії, тобто було доцільним поєднувати фінансову роботу з бухгалтерською в рамках однієї служби – бухгалтерії. Така практика організації фінансів існувала й існує дотепер на більшості українських підприємств. Однак, сьогодні підприємство при організації адекватній часу фінансової роботи стикається з більшими труднощами. Досвід успішно працюючих фірм показав, що найкоротший шлях вирішення цієї проблеми перебуває в руках керівника підприємства. Тож, визнання одержали два підходи до реорганізації фінансової служби фірми: якщо керівник – професійний фінансист, він сам координує реорганізацію фінансової служби та другий варіант - керівник, що розуміє завдання й функції сучасної фінансової служби фірми, але не будучи професійним фінансистом, незнаючі тонкостей цієї професії, залучає сторонню організацію для створення й впровадження на практиці необхідної моделі організації фінансової роботи.

Управління соціально-психологічною підсистемою організації базується на аналізі соціальних груп конкретного трудового колективу організації та підборі індивідуальних для кожної групи або працівника ефективних методів управління ними.

Даний вид управління має на меті формування найбільш сприятливого соціально-психологічного клімату в організації для досягнення поставлених перед нею (організацією) задач та цілей шляхом формування у кожного працівника почуття корпоративного духу.

Соціально – психологічний клімат є певним видом енергії і загального настрою членів команди, який є вирішальним елементом у створенні передумов плідної праці у сформованому колективі організації. Лише формування у кожного працівника організації почуття корпоративного духу, безперечної причетності до спільної справи в поєднанні із застосуванням інших моральних та матеріальних стимулів забезпечить досягнення підприємством очікуваного результату. Оскільки на сьогодні результативність діяльності організації визначається ентузіазмом, кваліфікацією та вмотивованістю праці її працівника.

Таким чином, стан управління кожною із визначених нами підсистем організації визначає ефективність діяльності організації в цілому, та забезпечує її сталі конкурентні позиції в довготерміновому періоді.

НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ПЕРШОУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ОРГАНІЗАЦІЇ

Скиртач І.В., студ. 4 курсу, спец. «Менеджмент організацій»
Науковий керівник: асистент Кунда В.О.

В сучасних умовах ефективність діяльності організацій забезпечується спрямованістю зусиль кожного члена трудового колективу на досягнення загальної мети її розвитку. Ентузіазм та віддача, ініціативність та креативність працюючих, а також належна організація процесу акумуляції, систематизації та обміну знаннями в межах організації на сьогодні стають ключовими факторами успішного розвитку організації та сприяють збереженню нею сталих конкурентних позицій.

Загальна стратегія управління персоналом досліджуваної нами організації - ПАТ «Комерційний банк «Хрещатик» полягає в направленні здібностей працівників на спільну роботу, ефективне її виконання з найменшими затратами часу та енергії. При цьому, керівництво значну увагу приділяє розвитку професійних знань, умінь і навиків співробітників виходячи із встановлених для конкретних підрозділів завдань, які у свою чергу, прив'язані до стратегії компанії.

Професійна підготовка співробітників ПАТ КБ «Хрещатик» носить системний характер і включає елементи очного (тренінги, семінари, модульні програму стажування) і дистанційного навчання (СДН «Прометей» та «Навчання по чайній ложці»).

Навчання обов'язкове для всіх співробітників банку і направлене на підвищення знань персоналу до рівня, необхідного для успішної реалізації стратегії розвитку банку.

Відповідно до стратегічних завдань щорічно затверджується стратегія навчання співробітників банку. На підставі затвердженої стратегії розробляються програми управлінського розвитку для керівників банку і спеціальні програми для навчання фахівців.

Так, з 1 січня 2010 року для кожної посадової підгрупи складена відповідна «Програма навчання», розрахована на один календарний рік.

Основними формами навчання і професійного розвитку персоналу в ПАТ КБ «Хрещатик» є:

1) стажування, в тому числі стажування нових співробітників в базових відділеннях і на робочих місцях, де стажисти навчаються наставниками;

2) навчання з використанням системи дистанційного навчання «Прометей», що надає можливість отримання теоретичних знань за допомогою електронної бібліотеки;

3) «навчання по чайній ложці» є складовою частиною ЦДН «Прометей» і дозволяє підвищувати професійний рівень співробітників цікаво, ненав'язливо і з мінімальними витратами часу, а також дозволяє проводити оперативний контроль рівня інформованості персоналу по банківським продуктам, технологіям, умовам надання послуг, нормативним документам;

4) 1-3-денні тематичні тренінги із залученням як штатних бізнес-тренерів, так і зовнішніх консультантів, направлені на здобуття конкретних навиків, необхідних для досягнення поставлених перед підрозділом цілей;

5) семінари і конференції з банківських продуктів і послуг - як внутрішні, із залученням лекторів провідних фахівців банку, так і зовнішні, із залученням сторонніх організацій;

6) самопідготовка співробітників - здобуття другої освіти, вивчення матеріалів, не передбачених начальними планами для даної категорії співробітників, робота з нормативними документами, періодичними виданнями;

7) довгострокові (6-18 місяців) очні програми навчання, направлені на розвиток у співробітників системи компетенції, необхідних для професійного і кар'єрного зростання:

- програма «Корпоративний МВА»;
- програма «Школа молодого менеджера»;
- програма розвитку середнього менеджменту;
- програма розвитку навиків управління продажами і просування банківських продуктів і послуг та ін.

Управління процесом професійної підготовки в підрозділах ПАТ КБ «Хрещатик» здійснюють керівники напрямів діяльності ГО і директора ГРУ, РУ, філіалів.

З метою формування та поліпшення соціально-психологічного клімату, а також підвищення рівня загальної організаційної культури в банку проводяться психологічні тренінги. Як засвідчила практика, в ПАТ КБ «Хрещатик» найбільш ефективним є застосування таких форм тренінгів, як тренінг поведінковий, тренінг чутливості, тренінг рольовий та відеотренінг.

Тож, проваджувана кадрова політика забезпечила високі результативні показники діяльності банку.

Крім того, за підсумками репутаційного дослідження, проведеного Центром розвитку кар'єри «Формула успіху» (автором проекту www.training.com.ua і видавцем журналу «Навчання персоналу») ПАТ КБ «Хрещатик» увійшов до десятки кращих компаній України, що навчають персонал.

ВИВЧЕННЯ ПІДХОДІВ ПРО ВПЛИВ СВІДОМОГО ТА НЕУСВІДОМЛЕНОГО НА ПОВЕДІНКУ ЛЮДИНИ

Скорик М.А., студ. 2 курсу ФМ
Науковий керівник: ст. викладач Нєсвєтова С.В.

Тема свідомого та неусвідомленого в психіці людини є досить актуальною. Так як вивчення цих питань може дати розуміння та виявлення факторів, що впливають на людину та її поведінку, яка є результатом неусвідомлених процесів психіки, або ж вивчення свідомих моментів впливу, які є відображенням зовнішнього та внутрішнього світу індивіда.

Психіка людини є складним, багаторівневим утворенням. Усвідомлені моменти відображення зовнішнього світу включають повне чи неповне знання та переживання моментів свого життя, професійні знання, місце та призначення у цьому світі та ін. До свідомих моментів відображення внутрішнього світу можна віднести знання про самого себе, про свої психічні процеси, стани та особливості своєї особистості. До неусвідомлених явищ належать реакції організму людини на подразники, які перебувають на до-пороговому рівні, автоматизовані дії, сновидіння та значна кількість патологічних явищ (марення, галюцинації тощо).

На проблему "несвідомого" особливу увагу психологи звернули від часу появи праць З.Фрейда. Він вперше провів експериментальну розробку несвідомого, яка показала, що багато дій, які реалізовує людина, вона не усвідомлює. Ним було розглянуто, як та або інша мотивація проявляється в сновидіннях, невротичних симптомах і творчості. В своїй теорії несвідомим Фрейд визначає людські потяги та бажання, а саме: "інстинкт життя" (Ерос) та "інстинкт смерті" (Танатос). Усвідомленими є лише окремі моменти психічного життя, пов’язані з необхідністю пристосуватися до умов існування. Будучи лікарем, він зіштовхнувся з тим, що неусвідомлювані переживання і мотиви можуть серйозно обтяжувати життя й навіть стати причиною нервово-психічних захворювань. Якщо несвідоме не може безпосередньо проникнути у свідомість, то намагається проникнути "обхідним шляхом": у вигляді символічних образів, сновидінь, обмовок, забувань, помилок у писемній мові. В часи Фрейда у психології панувало сприйняття людини, як розумної істоти, котра усвідомлює свою поведінку та керує нею. Теорія Фрейда пропонувала іншу картину, згідно якої людина перебуває у стані неперервного конфлікту, джерела якого лежать у сфері неусвідомлюваних статевих та агресивних спрямувань. Його погляди зазнали багато критики з боку інших дослідників психіки, але однозначно відкидати його теорію не можна. Так як він розглядає не лише усвідомлювані людиною аспекти, а й дає пояснення несвідомому рівню, який може більш глибоко пояснити психічні розлади, дати конкретне пояснення тій чи іншій, на перший погляд незрозумілій, поведінці індивіда.

Послідовник Фрейда Карл Густав Юнг значно розширив поняття несвідомого у рамках створеної їм наукової дисципліни - аналітичної психології, увівши термін "колективне несвідоме". На його думку, існує не тільки несвідоме індивіда, а й сім’ї, національностей, рас тощо. Дані підходи дали поштовх розвитку нового підходу до вивчення особистості, а саме свідомого та неусвідомленого в поведінці і діяльності, що отримав назву «неофрейдизм». Представниками цього напряму були також Карен Хорні та Еріх Фромм.

Вчені протягом тривалого часу розмірковують над важливістю ролі несвідомого в житті кожної людини. Так як цей рівень включає в себе почуття та інтуїцію, емоції та інстинкти, сновидіння та спогади, які є невід‘ємною частиною нашого життя. Пояснення природи їх виникнення є досить складним питанням, однак його вивчення допомагає краще розуміти пріоритети, якими керується людина у своїй діяльності. Але несвідомий рівень не може підпорядковувати волю, розум та свідомість. Людина повинна керуватися не лише емоціями та інстинктами. Саме розум та здатність до самоусвідомлення є вирізняльною рисою людей з-поміж тваринного світу. Тому з’ясування взаємодії двох рівнів є більш значущим питанням, оскільки дає ключ до можливостей корекції розвитку особистості.

Отже, спосіб буття людини у світі завжди передбачає наявність свідомості, яка буквально "пронизує" людську діяльність, бо вона є необхідною умовою її організації й відтворення. Свідомість як суб’єктивна реальність виступає нічим іншим, як трансформованою в ідеальний план діяльністю, узагальненим досвідом матеріально-предметного перетворення світу людиною, моментом теоретичної і практичної взаємодії, ставленням до світу, формою діяльності людства. Свідомість – вища форма відображення дійсності, котра властива лише людям і зв’язана з їх психікою, членороздільною мовою, абстрактним мисленням, цілепокладанням, світоглядом, самосвідомістю, самоконтролем своєї поведінки і діяльності та передбаченням результатів останньої. Невід‘ємною частиною нашої діяльності є несвідомість, що позбавляє контролю індивіда над його власними вчинками, що включає сукупність психічних явищ та активна глибокому рівні функціонування психіки.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Лукяненко М.С., студ. 3 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: асистент Баценко Л.М.

Менеджер – це людина, яка обов'язково займає постійну посаду і має підлеглих, діяльність та зусилля яких координує і об'єднує для досягнення ефективної праці, приймаючи стратегічно точні управлінські рішення в найскладніших ситуаціях.

Іншими словами, менеджер – це людина, яка направляє роботу інших і несе особисту відповідальність за її результати.

Відповідальність - це категорія етики, яка характеризує особистість з точки зору виконання нею моральних вимог, що ставляться суспільством і одночасно виражають ступінь участі особистості і соціальних груп як у їх власному моральному удосконаленні, так і в удосконаленні суспільних відносин.

Відповідальність означає обов'язок давати звіт за свої дії. Обов'язок є вагомим фактором за своїм впливом на поведінку менеджера. Усвідомлення відповідальності змушує його перш ніж вирішити діяти, все зробити, щоб бути вичерпно інформованим, віднайти найбільш зрілі наступні кроки, зважити всі за і проти і, нарешті, в процесі самих дій суворо дотримуватись правил ефективного адміністрування.

Формальне визначення соціальної відповідальності припускає обов'язок керівництва організації приймати рішення і здійснювати дії, що збільшують рівень добробуту і відповідають інтересам як суспільства, так і самої компанії.

Соціа́льний ме́неджмент — управління системою соціальної роботи, спрямоване на реалізацію її завдань та пошук оптимальних шляхів їх вирішення.

Соціальна відповідальність—це концепція, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив діяльності компанії на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності.

Менеджмент політичних і ділових організацій несе перед суспільством і юридичну і соціальну відповідальність.

Юридична відповідальність - це додержання законів і норм регулювання, які визначають, що дозволено, а що не дозволено робити організації.

Соціальна відповідальність - це певний рівень добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Прикладами такого реагування є вкладення 350 млн. дол. Ендрю Карнегі у соціальні програми і будівля 2000 публічних бібліотек. А Джон Рокфеллер пожертвував 550 млн. дол. до свого форнду з розв'язання соціально значущих проблем у сфері економіки, науки, культури. Але до 50-тих років XX ст. такі приклади були винятковими, красивими дивацтвами.

Ставлення організації до соціальної відповідальності може бути різним: від сприятливого до ворожого і передбачає такі ступені: протидія, оборона, пристосування та сприйняття її соціальної відповідальності як складової її менеджменту.

Ці зусилля привели до створення в 70-х роках концепції соціальної відповідальності ділових організацій, яку називають концепцією корпоративної соціальної відповідальності, і що вона охоплює п'ять ключових положень:

1. Органи державної влади мають створювати умови і показувати приклади турботи про соціальну відповідальність.

2. Бізнес має діяти як двосторонньо відкрита система: - з одного боку враховувати потреби суспільства, а з іншого бути відкритим перед суспільством у своїй діяльності для громадськості.

3. Соціальні витрати мають бути ретельно обчислені й розглянуті з метою обгрунтування правомірності їх віднесення до собівартості виготовлення того чи іншого продукту, надання послуг.

4. Соціальні витрати, що розподіляються за кожним продуктом, послугою, видом діяльності, в кінцевому підсумку оплачуються споживачем.

5. Ділові організації, як і населення, залучаються до відповідальності за розв'язання поточних соціальних проблем, які перебувають за межами сфер їхньої діяльності. На цих результатах створився «Залізний закон відповідальності», за яким фірми, які його порушують, у довгостроковій перспективі чекає фіаско через втрату іміджу в районі своєї діяльності.

За цих умов і на їх вимогу у розвинутих країнах сформувалися три сучасні філософські концепції політичного й бізнесового менеджменту:

1. утилітаризм;

2. дотримання прав людини і справедливість;

3. нова модель бізнесу.

Отже, соціальна відповідальність вносить чимало змін у менеджмент організацій оскільки потребує змін у сферах діяльності: виробництві, маркетингу, комунікаціях, корпоративній філософії.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ВАТ «ЦЕНТРОЛИТ» м. СУМИ

Шиян О.І., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Несветова С.В.

В умовах ринкової економіки стратегія маркетингу основа управління діяльністю організації. Маркетинг допомагає організації визначити своє місце на ринку, де діє жорстка конкуренція.

Оскільки організація маркетингової діяльності як функція управління маркетингом передбачає створення умов для спільної ефективної роботи співробітників для досягнення цілей підприємства, передбачає наявність повноважень і можливість їх делегування, то побудова організації - це важливий аспект, який передбачає формування організаційної структури управління підприємством, в максимальній мірі відповідній його стратегічним планам і що забезпечує його ефективну взаємодію з маркетинговим середовищем і досягнення намічених цілей.

Організацію маркетингу на підприємстві не можна розглядати тільки як формальне виділення спеціального підрозділу з покладанням на нього окремих видів маркетингової діяльності, яке підприємство до цього часу не виконувало або виконувало частково (проведення реклами, вивчення попиту). Організація маркетингу це організація процесу взаємодії всіх підрозділів підприємства, що спрямований на досягнення ринкових цілей.

Дослідження організації маркетингової діяльності на підприємствах було проведено за наступними напрямками: організація управлінських зв'язків, організація трудових зв'язків і організація господарських зв'язків у процесі здійснення маркетингу.

Необхідність і практична значущість вивчення системи організаційного маркетингу на підприємствах зумовлені:

- зниженням результативності торгової діяльності підприємств;
- поглибленням товарного асортименту торговельних підприємств;
- посиленням конкурентної боротьби;
- нестабільністю маркетингового середовища.

Дослідження організації управлінських зв'язків здійснювалося за наступними напрямками:

- організаційна структура;
- підбір фахівців з маркетингу;
- розподіл повноважень і відповідальності в системі управління маркетингом;
- координація організаційних зв'язків;
- формування сприятливого внутрішнього психологічного клімату;
- організаційної культури і іміджу.

Негативним моментом в організації маркетингу в ВАТ «Центролит» є те, що на підприємстві недостатня кількість маркетологів. Керівництво підприємства вважає недоцільним наявність в штаті великої кількості фахівців з маркетинговою підготовкою, так як ці функції виконують працівники відділу збуту та ЗЕД.

Необхідність швидкого реагування на зміни для підприємства передбачає пошуки більшої організаційної гнучкості, а жорстка конкуренція - ще і прагнення до швидкої адаптації. Все це зумовлює необхідність проведення організаційних змін. Досягнення змін з мінімальною важкістю вимагає ретельного аналізу і планування.

Взагалі, можна сказати, що структура відділу маркетингу на підприємстві відповідає особливостям діяльності підприємства, але не повністю задовольняє функції, що повинні виконуватись. На відділ покладені зайві функції, що заважають працівникам ефективно вести маркетингову політику. Розглянемо основні функції та критерії оцінки роботи працівників відділу маркетингу:

Керівник відділу: розробка стратегії маркетингу; координація виконання програм маркетингу; контроль за виконанням маркетингових планів та реалізацією стратегії, робота з договорами

Фахівець з реклами та зв'язків з громадськістю: розробка стратегії комплексу просування; організація рекламних кампаній; організація зв'язків з громадськістю, спілкування з клієнтами щодо поставок

Фахівець з маркетингового планування: ситуаційний аналіз; формування маркетингової мети, розробка плану дій; обґрунтування плану; контроль за реалізацією плану

Ми можемо зробити висновок, що у відділі відсутній працівник, який відповідає за маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення роботи відділу маркетингу, а на керівника покладені обов'язки відділу збуту та відділу договорів, щодо оформлення договорів на ЗЕД. Для того, щоб відділ дійсно ефективно працював, його необхідно укомплектувати висококваліфікованими фахівцями, правильно розподілити між ними обов'язки, наділити правами, створити сприятливі умови для роботи.

Організаційною структурою відділу є лінійно-функціональна структура, яка забезпечує розподіл функцій за різними робітниками та підпорядковує відділ головному маркетологу – керівнику відділу.

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМОЮ, ЯК ІНСТРУМЕНТОМ МАРКЕТИНГУ

Ясенок С.О., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Нєсвєтова С.В.

Реклама є однією із складових маркетингу. Популярність товарів на ринку, обсяг продажу, імідж підприємства багато в чому залежать від ефективності реклами. Тому рекламі приділяється така велика увага з боку виробників та учасників каналу збуту.

Реклама допомагає одержати певну характеристику, оцінку товару, повідомити про головні якості рекламованого продукту.

Особливо актуальним у теперішній час стало використання психології в рекламі. Це пов'язано з тим, що ринок прямої реклами досяг свого максимуму. У наш час рекламується дуже велика кількість товарів та послуг. Потенційні споживачі втомлюються від такого потоку інформації й тому намагаються її не помічати. Тому, як альтернатива впровадження товарів і послуг у розуми покупців почали з'являтися нові технології в рекламі.

Сьогодні виділяють 2 підходи до її розвитку: німецький та американський. Досить конкретно теоретичні основи психології реклами в рамках німецького підходу були позначені в 1905 році в статті Б. Вітіса. У даній публікації автор обґрунтовував можливість психічного впливу реклами на споживача, спробував пояснити, «чому реклама продовжує робити на публіку визначальний вплив, не дивлячись на те, що ця ж сама публіка теоретично чудово розуміє корисливі інтереси і цілі реклами, і через це, як і через досвід, що вже є у неї, відноситься недовірливо і скептично до всіх обіцянок і заманювань реклами».

Американські психологи проводили дослідження в рекламі й формулювали практичні рекомендації в повній методологічній відповідності із принципами, якими керувалися німецькі вчені Фехнер, Вундт, Еббінгауз та інші, тому даний підхід переважав досить довго й в американській психології.

Американський підхід визначився наприкінці 50-х рр. XX сторіччя на основі ідей маркетингу, який інтенсивно розвивався в США і наполегливо рекомендував виробляти не «те, що вмієш, а те, що потрібне людям», поступово формується і закріплюється інше уявлення про задачі психології реклами. В цьому випадку психологам рекомендувалося вивчати психологічні характеристики споживачів, необхідні для кращого задоволення їх об'єктивних потреб.

Як альтернатива впровадження товарів і послуг у розуми споживачів з'явилася, так звана, прихована реклама.

На сьогоднішній день технології використання психології в рекламі в нашій країні тільки починають розвиватися, чого не можна сказати про провідні міжнародні компанії світ, які вже давно і якісно застосовують ці технології. Найбільш відомим методом впливу на психологію людини зараз стає прихована реклама (product placement). На сьогодні це один із найбільш ефективних видів реклами.

Розвиток product placement експерти пов'язують з тим, що формат прихованої реклами дає великі можливості рекламодавцям, які стиснуті законодавчими обмеженнями на традиційних рекламних ринках. У Європі обсяги прихованої реклами ростуть повільніше через значно складніші правила розміщення.

Безумовним лідером у області product placement стали США. Так в телесеріалі "Американський ідол" судді п'ють з фірмових стаканів "Coca-Cola", телесеріал "Відчайдушні домогосподарки" сприяв просуванню автомобілів Buick на ринок, крім того, його персонажі розрекламували переваги систем захисту інформації від Cisco тощо.

Слід зазначити, що прихована реклама використовується на лише закордоном, а й на теренах СНД. Найкращих результатів у використанні цього виду реклами досягла Росія. Найбільша кількість прихованої реклами в цій країні припадає на кіноіндустрію. Лідером розміщення product placement став фільм "Денна варта".

Додатковою силою, що рухає даний вид реклами вперед, є виробники алкоголю й тютюнової продукції, оскільки у світі існують заборони на пряму рекламу, їм не залишається нічого іншого, як шукати нестандартні рекламні методи для стимулювання збуту.

Отже, чим швидше розвивається світова торгівля, і чим більша кількість фірм-товаровиробників виходять на світові ринки, тим гостріша стає конкуренція і тим більш креативними стають засоби збуту товарів. Використання психології в рекламі відкриває товаровиробникам нові можливості і дає змогу залучати нових споживачів.

НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА

Юрченко Р.А., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Хворост Т.В.

Зі змінами у розвитку міжнародних економічних відносин, які було спричинено останньою світовою фінансово-економічною кризою, експертне середовище активно моделює сценарії розвитку світової економіки у посткризовому періоді. З високою ймовірністю постає проблема забезпечення продовольчої безпеки, протягом багатьох років вона залишається не до кінця розв'язаною.

Україна як аграрна держава, маючи вагомий експортний зерновий потенціал, досить пасивно реалізує свої амбіції на світовому ринку. Частково таке становище пояснюється тим, що з набуттям незалежності держава не мала досвіду самостійного функціонування в системі усталених роками схем роботи світових зернових компаній. Разом з тим сучасна відносна не активність України у постурожайних, логістичних і комерційних схемах призводить до того, що "важковаговики" світового ринку відтісняють нашу державу від участі у поділі прибутків, які Україна могла б одержувати внаслідок проведення активних економічних дій на світовому ринку. Ще однією проблемою функціонування на світовому ринку зерна слід назвати інформаційні замовлені конфлікти проти національних суб'єктів для дискредитації як окремих агентів, так і національного зерна в цілому.

Нестабільність світової економіки, пов'язана із впливом сучасної світової фінансово-економічної кризи, недосконалістю регуляції світового зернового ринку, а також змінами у світовій структурі споживання зернової продукції, зумовлює посилення таких тенденцій:

– збільшення взаємозалежності між продавцями та покупцями на світовому ринку зерна внаслідок глобалізації життя, зростання чисельності населення у світі, обмеженості світових сільськогосподарських угідь та диференціації регіонів за критерієм доступності продовольчої продукції. Спостерігається посилення контроверсійних тенденцій. Так, інтенсифікація землеробства в країнах – експортерах зерна призводить до перевиробництва зернового ресурсу. Водночас нині світовий ринок не може досконало розв'язати проблему оптимізації інтересів виробників і покупців, унаслідок чого зберігається тенденція збільшення у світі голодуючого населення.

– невідповідність наявних в Україні терміналів зберігання і транспортування зерна амбіціям розширення присутності на світовому зерновому ринку. В Україні сумарна потужність сертифікованих елеваторів становить 27 млн т, у яких, зважаючи на технічний стан, реально розміщується близько 20 млн т зерна. За оцінками експертів, орієнтовна потреба щодо елеваторів становить принаймні ще 20 млн т. З іншого боку, суттєвою проблемою виступає нераціональність використання українських експортних перевалочних потужностей (близько 26 млн т).

– низька пропускна здатність українських портів та слабка роль держави у відповідних процесах. До кінця 2007 р. пропускна здатність українських державних портів і приватних терміналів щодо зернових вантажів збільшилася до 26 млн т/рік.

– низький рівень упровадження альтернативних методів перевезення. Забезпеченню експорту зерна сприятимуть альтернативні засоби перевезення, зокрема контейнерні, які дешевші й оптимальніші для роботи припортових елеваторів щодо обробки та економії часу. Зростання контейнерних перевезень в останні роки через морські порти України суттєво збільшилося.

– несистемність маркетингової та комерційної підтримки національного експорту зернових. Схеми реалізації відповідних заходів повинні враховувати як державну, так і приватну ініціативу, водночас роль держави у зазначених процесах має бути провідною;

– відсутність належної роботи щодо інформаційної підтримки національного зернового експорту, а також проведення адекватних контрзаходів у випадках дискредитації національного урожаю. Роль держави у формуванні позитивного іміджу України як потужного і стабільного зернового експортера мусить підкріплюватись більш масштабними заходами на рівні державних інституцій. Разом з тим сприяння позитивному іміджу полягає і в системному інформуванні про встановлені заходи сприяння або обмеження зовнішньоекономічної діяльності на зерновому ринку. Зазначені особливості розвитку національного зернового ринку засвідчують вичерпність можливостей наявних потужностей у зерновій торгівлі України.

Таким чином, нові виклики, пов'язані із загальною логікою розвитку світової економіки, а також національного ринку, не враховані у базовому нормативно-правовому полі , а держава не повною мірою використовує власний вплив для просування національних суб'єктів на світовий зерновий ринок. Статичне законодавство, по суті, саботує майбутнє національних зернових суб'єктів як самостійних суб'єктів світового зернового ринку.

Разом з тим світові експерти наголошують, що в умовах високих темпів приросту світового населення, фізичної обмеженості сільськогосподарських угідь, а також різких цінових коливань на світовому зерновому ринку національний продовольчий ресурс стає важливим компенсаторним чинником, що відкриває для України певні перспективи реалізації її аграрного потенціалу. У цьому контексті роль державної політики щодо забезпечення національних інтересів на світовому ринку зерна має бути переосмислена.

ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ СТОРОНИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМСТВАХ

Штика С.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Михайлова Л.І.

Для успішної роботи підприємств на сучасному ринку наявність у них системи якості, що відповідає стандартам ISO серії 9000, і сертифіката на неї може бути не зовсім достатньою, але необхідною умовою. Якість продукції, згідно з визначенням міжнародного стандарту ICO 8402 – це сукупність властивостей і характеристик виробу, які надають йому здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби.

В Україні сертифікація по ISO 9000 почалася з 1991 року. Стандарти сімейства ISO 9000 описують мінімальний перелік елементів, з яких повинна складатися система якості, але не дають способів їх впровадження. Вони не регламентують конкретний спосіб реалізації системи якості, оскільки вона залежить від роду діяльності підприємства, його завдань, оснащеності, кваліфікації персоналу і т.д.

На підприємстві ВАТ «Завод «Еко-продукт», що розташовано в Сумській області та спеціалізується на виробництві питної води, з 2007 року діє система управління якістю, яка відповідає вимогам ДСТУ ISO 9001-2001. Основною причиною впровадження стандарту на даному підприємстві було бажання слідувати загальноприйнятій тенденції, адже наявність сертифікованої системи управління якістю є наочним і переконливим підтвердженням стабільності підприємства і високої якості її продукції.

Проте, слід зазначити, що впровадження стандарту ISO вимагає документування системи управління і контролю якості і зазвичай передбачає написання чотирирівневої документації.

1. Керівництво з якості – документ, що описує політику якості та напрямки діяльності компанії. Зазвичай він містить організаційну структуру компанії, імена керівників підрозділів і їх відповідальність.

2. Процедури – документи, які описують виробничі процеси в компанії та містять рекомендації щодо створення якісних продуктів. Як правило, дають відповіді на питання: чому, хто, коли, де, що і як.

3. Інструкції – документи, які описують підпроцеси і відповідають на питання: що і як?

4. Документи та форми - це файли реєстрації подій.

Стандарт управління якістю ISO 9001:2000 має три безперечних позитивних аспекти:

1. ISO 9001 підвищує дисципліну. Вимоги ISO 9001, які використовуються для проведення аудиту третьою стороною, змушують постійно аналізувати свою систему якості. Якщо не підтримувати систему якості на належному рівні, аудитори це виявлять і зажадають проведення коригувальних дій. Аудитори, реєстратори, систематичні перевірки відповідності вимогам ISO 9001 і загроза втрати сертифіката – всі ці фактори, безперечно, дисциплінують.

2. ISO 9001 закладає основу для ефективної системи якості. Стандарт містить відповідні вимоги для створення "міцної" системи якості: необхідність розуміння вимог споживача; впевненість, що ви маєте в своєму розпорядженні можливості для виконання вимог споживачів; наявність людей, здатних виконувати роботи, що впливають на якість; наявність будівель, устаткування, допоміжних видів діяльності, необхідних для виконання вимог до продукції; впевненість у тому, що проблеми будуть виявлятися і вживатимуться заходи щодо їх вирішення або запобігання.

3. ISO 9001 підтримується потужною рекламною компанією. Те, що організації, сертифікували систему якості на відповідність ISO 9001, випускають продукцію або надають послуги високої якості, стало практично символом довіри з боку покупців. Компанії можуть використовувати (і використовують) вигоди, одержувані за рахунок цієї виняткової реклами.

До негативних аспектів можна віднести те, що:

1. Стандарт ISO 9001 вимагає великої кількості документації. Добре написаний стандарт чи інструкція допомагають раціонально організувати трудовий процес, випускати продукцію або надавати послугу високої якості. Але зайві документи, безумовно, вимагають додаткових витрат.

2. Недостатня інтеграція систем менеджменту якості на базі ISO 9001 з загальною системою управління виробництвом. Не можна в один проміжок час займатися якістю, а в інший – виробничими питаннями. Це зворотний бік медалі формалізму при впровадженні стандарту ISO 9001.

3. Пасивне, а часто і байдуже ставлення персоналу до якості документів системи. Навчання працівників основам якісної праці, їх залученість в справи організації – все це необхідні умови для успішного функціонування підприємств, що мають сертифікат якості.

4. Відсутність динамізму в практичному функціонуванні систем, а також пасивна позиція перших керівників по відношенню до систем якості на базі стандартів ISO серії 9001.

Таким чином, розглянувши різні сторони проблематики, можна зробити висновок, що стандарт ISO 9001 повинен враховувати швидкомінливі тенденції ринку і відповідати їх новим управлінським знахідкам. Зміни повинні своєчасно вноситися в стандарти, за якими будуються управлінські процеси. Але не пройшовши через школу ISO 9001, якою б важкою вона не була, не можна впевнено рухатися вперед.

РОЗВИТОК ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Шульженко А.О., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Михайлова Л.І.

Ефективність організації інвестиційного процесу, з точки зору принципів сталого розвитку, залежить не лише від ефективності вкладень та терміну їх окупності, а перш за все від напрямків і структури інвестицій регіональних сегментів національної економіки. Нинішня економічна криза переконливо засвідчила, що інвестувати гроші слід насамперед у перспективні (високотехнологічні) види економічної діяльності, вирівнювання регіонального ландшафту, що дозволить створити значну масу доданої вартості завдяки задіянню наявного потенціалу і зокрема економізації знань.

Водночас нині в Україні більш як половина загального обсягу інвестицій спрямовується у виробництва, які формують третій і четвертий технологічний уклади. У разі подальшого неконтрольованого стимулювання пріоритетного розвитку лише сировинних галузей і промислово розвинутих регіонів, наша держава неминуче опиниться на узбіччі загально цивілізаційного розвитку. Ось чому одним із найважливіших завдань державної інвестиційної політики є вжиття заходів до вдосконалення структури інвестицій, активнішого їх спрямування у перспективні та проривні види економічної діяльності, проблемні регіони, поєднання інвестицій з інноваціями.

Світова практика переконує, що без широкого залучення іноземного капіталу неможливо провести структурну перебудову економіки, скоротити технічну та технологічну відсталість національного господарства, домогтися конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку. Крім того, продуктивне використання іноземних інвестицій є органічною частиною світового процесу руху капіталу.

У відповідності із Законом України «Про режим іноземного інвестування» іноземні інвестиції – це цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об’єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального проекту. Із країни базування здійснюється експорт капіталу, вона є місцем переважного перебування інвестиційного суб’єкта.

Створення привабливого інвестиційного клімату, як в цілому в державі, так і в регіонах, складне питання, яке необхідно вирішувати в комплексі соціально - економічних та політичних проблем. За результатами аналізу інвестиційної діяльності регіонів України по загальному рейтингу інвестиційної привабливості Сумщина займала 22 місце. Разом з тим, економічний потенціал області по обсягах промислового і сільськогосподарського виробництва, доходів та видатків місцевих бюджетів та інших економічних показниках відносить Сумську область в так звану групу “основного масиву” – на 16 місце.

Згідно офіційній статистиці, щорічний приріст іноземного капіталу, що інвестується, в країну складає близько 15%, але це без урахування грошей, що вивозяться нерезидентами з України. Зараз на кожні три долари вкладених інвестицій приходиться один долар офіційно вивезеного капіталу. Це пояснюється розірванням інвестиційних договорів через підвищення інвестиційних ризиків в країні.

Виходячи з тенденцій, що склалися за підсумками 2008 р., згідно із Програмою економічного та соціального розвитку Сумської області на 2009 р. було заплановано залучити 20 млн. доларів США іноземного капіталу. При цьому, надходження іноземного капіталу в економіку області у 2009 р. склало майже 79,4 млн. доларів США прямих іноземних інвестицій, що у чотири рази більше запланованого показника на 2009 р. та вдвічі більше, ніж у 2008 р. (38,5 млн. доларів США). Це – найбільший показник надходження іноземного капіталу за останні сім років.

Упродовж 2005-2010 рр. спостерігається підвищення інвестиційної активності. В області працюють 165 підприємств з іноземними інвестиціями з 40 країн світу. З 2005 р. в регіон надійшло майже 170 млн. дол. США, що на сьогодні становить близько 80% загального обсягу прямих іноземних інвестицій, внесених в економіку Сумщини за цей період.

Основними активними учасниками іноземного інвестування економіки регіону виступають країни Євросоюзу, Російська Федерація, Сполучені Штати Америки. В останній час спостерігається суттєвий приток інвестицій із офшорних зон, зокрема Кіпру.

Базовими проблемами, які слід усунути для створення привабливого інвестиційного іміджу Сумщини, насамперед є низький рівень поінформованості громадськості про пріоритети в розвитку економіки області та форми державної підтримки, незначна кількість менеджерів, що спроможні працювати з іноземними інвесторами, непрозорість тендерів та приватизаційних процесів в області, відсутність інвестиційного портфеля, що відповідає міжнародним критеріям.

Враховуючи всю специфіку та складність прийняття іноземним інвестором рішення про вкладення капіталу за кордоном, особливо в такі ризиковані ринки, яким, на сьогодні, є український, виникає природна потреба у цілеспрямованій роботі з цими інвесторами, формуванні позитивного іміджу регіону.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Школьна Н.С., студ. 5 курсу ФМ, спец. “АДМ”
Науковий керівник: к.е.н., доцент Клєцова Н.В.

Ринкова трансформація всіх галузей економіки створила новий соціум, який з позиції формування ефективного мотиваційного поля трудової діяльності не забезпечує дієвого економічного інтересу до підвищення продуктивності праці та одержання прибутків багатьма суб’єктами господарювання. Мотивація праці, тобто праця на себе, на досягнення власних цілей і задоволення інтересів підприємств та суспільства в цілому на сьогодні є незадовільною. Це свідчить про великі проблеми в мотиваційному ставленні до трудової діяльності на селі, де робоча сила за умов дефіциту робочих місць є низько оплатною. Тому проблема зацікавленості робітників в повній реалізації свого трудового потенціалу залишається однією з найбільш значущих. Безумовно, можливо впровадити у виробництво сучасну техніку і технологію, внести радикальні зміни у функціонування господарського механізму, але належного результату не буде, якщо не створені умови мотивації праці.

Проведені дослідження дають підставу стверджувати, що мотивацію праці необхідно визначити як раціональне поєднання мотивів та стимулів матеріального і морального характеру. Тобто персонал у процесі своєї праці й особливо після завершення певного циклу робіт та отримання кінцевих результатів має відчувати моральне задоволення від усвідомлення значущості для себе і для суспільства отриманих результатів. Мотивацію праці людини поділяють на три види: трудову, матеріальну та статусну (соціальну). Щодо трудової мотивації, необхідно зазначити, що наша сьогоднішня реальність не сприяє її розвитку, і в найближчий час матеріальна мотивація буде переважаючою для працюючих за наймом, а таких буде більшість. І тільки, коли населення задовольнить свої насущні потреби, може бути сформована справжня трудова мотивація. На практиці всі ці види мотивації тісно переплітаються, і в конкретній ситуації можна виділити лише домінуючий вид. В ієрархії мотивів працівника вони можуть по-різному співвідноситися і взаємодіяти, можуть виступати як провідні чи підпорядковані.

Оцінку мотивації праці доцільно визначати з позиції працівника, роботодавця та суспільства в цілому. Так, з позиції робітника оцінка мотивації стосується таких чинників, як: задоволеність працею; наявність чи відсутність стресових ситуацій на виробництві; можливість особистого зростання; умови праці; можливість професійного росту і самовираження; психологічний клімат; змістовність праці. Що стосується позиції роботодавця, то він оцінює мотивацію праці виходячи з таких критеріїв, як: ефективність праці; професійна адаптація; плинність кадрів; відчуження праці; трудова дисципліна; ототожнення цілей працівника з цілями підприємства; число конфліктів; відсутність випадків виробничого саботажу. З позиції суспільства мотивація праці оцінюється за якістю і рівнем життя; рівнем якості робочої сили; вартістю системи соціального захисту працівників та їхніх родин; споживчою поведінкою; соціальною адаптацією; відчуженням від суспільства. Мотивація ефективної праці являє собою процес формування у персоналу підприємства за допомогою матеріальних та нематеріальних мотиваційних чинників такої моделі трудової поведінки, яка б дозволила задовольнити потреби самого робітника, організаційної структури, в якій він працює, та суспільства в цілому. Зауважимо, що мотиваційний механізм в аграрній сфері повинен враховувати специфіку сільського господарства та фактори, що впливають на мотивацію праці в аграрній сфері економіки. Серед основних факторів, які впливають на мотивацію праці в сільському господарстві, можна виділити наступні: важливе значення наявності людських ресурсів; колективний характер праці; ризиковий характер праці у сільському господарстві; динамізм та складність сільськогосподарських процесів; відповідальність за проведення агротехнологічних операцій; праця у сільському господарстві – це особливий напрямок діяльності людей, що вимагає творчості, ініціативи, аналітичного мислення; наявність значної кількості найменувань культур з однотипними умовами виробництва, що дозволяє розробити уніфіковані підходи в методах і механізмах мотивації праці при їх вирощуванні.

Формування процесу мотивації праці починається зі спонукальних чинників, які породжують нужду, мотив та потребу, після чого виникають елементи мотивації, які втілюються у вигляді мотивування, вибору мети та її реалізації. Наприкінці даного процесу виникає необхідність в оцінці задоволення потреби, яка й завершує процес формування мотивації праці робітника. Взаємозв’язок міри праці та її оплати здійснюється через форми і системи оплати праці, які залежать не тільки від механізму нових економічних і трудових відносин, але й від особливостей сільськогосподарської праці та виробництва.

Таким чином, система мотивації працівників аграрного сектору економіки повинна формувати свідоме ставлення до праці, яка є джерелом не тільки матеріальних благ, а й самовдосконалення, професійного та службового зростання. Вона буде ефективна лише тоді, коли відповідатиме очікуванням працівника та спонукатиме його до ефективної діяльності. А це можливо лише за умови, що в її основу буде покладена філософія пріоритетності людини.

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА

Шиян О.І., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлов А.М.

В останні роки одночасно зі зростанням ролі маркетингу підвищилася роль інтегрованих маркетингових комунікацій у зовнішньоекономічній сфері. Дійсно, ефективні комунікації зі споживачами та контрагентами стали ключовими факторами ЗЕД підприємства. Але незважаючи на своє важливе значення, проблема ефективного здійснення інтегрованих маркетингових комунікації ЗЕД підприємства на сьогодні залишається недостатньо вивченою.

Теоретичні дослідження інтегрованих маркетингових комунікацій проводили у своїх роботах Н. Головкіна, Д. Коптєв, Ю. Бабенко, Р. Раупов, Д. Ядин, Н. Матвійчук-Соскіна та ін., які розглядають інтегровані маркетингові комунікації, як концепцію планування маркетингових комунікацій, яка передбачає пошук оптимального поєднання її окремих напрямків шляхом інтеграції всіх окремих звернень із метою забезпечення максимального впливу на цільову аудиторію.

Інтегровані маркетингові комунікації поєднують у собі всі елементи маркетингових комунікацій: від реклами до упаковки, та сприяють отриманню цільовою аудиторією взаємоузгоджених та переконливих маркетингових звернень, які мають максимально ефективно сприяти досягненню цілей підприємства на зовнішніх ринках продажу товарів та послуг. Інтегровані маркетингові комунікації є однією з чотирьох складових маркетинг-міксу. Це процес передавання інформації про товар цільовій аудиторії. Підприємства використовують різні способи переконання потенційних споживачів та контрагентів у перевагах свого товару всюди, де можливий інформаційний контакт між цільовою аудиторією (торговими партнерами, споживачами та ін..) та підприємством-виробником. Маркетингові комунікації поряд із трьома іншими складовими маркетингу є ключовим фактором стратегічних рішень маркетингу. Але маркетингові комунікації використовуються підприємством для надання важливих характеристик трьох інших складових маркетинг-міксу з метою поширення інформації про ці характеристики аби зацікавити споживачів та контрагентів у придбанні продукції підприємства. Застосування інтегрованого підходу змінює тенденції використання маркетингових комунікацій: замість одного напряму надання інформації цільовій аудиторії про підприємство та його товари (послуги) в системі інтегрованих маркетингових комунікацій застосовують усі елементи, які можуть сприяти виконанню цілей комунікації. Склад комунікацій-мікс необхідно підбирати індивідуально для різних сегментів світового ринку та різних ринкових ситуацій із метою мінімізувати витрати на маркетингові комунікації та збільшити кількість і якість контактів. Інтегровані маркетингові комунікації допомагають створенню ефекту за рахунок координації всіх видів комунікативної діяльності та формуванню узгоджених маркетингових повідомлень, які ефективніше та надійніше сприймаються та запам'ятовуються цільовою аудиторією. Узгоджені дії є більш дієвими, ніж незалежні та нескоординовані. Інтегровані маркетингові комунікації посилюють лояльність та прихильність до товарної марки підприємства на зовнішніх ринках за рахунок концентрації зусиль на довгострокових стосунках із покупцями та іншими учасниками маркетингового процесу. Менеджер ЗЕД має розглядати «роботу» окремих елементів інтегрованих маркетингових комунікацій (реклама на зовнішніх ринках, стимулювання, робота з контрагентами, прямий маркетинг тощо) із погляду їхньої доцільності та ефективності щодо виконання завдань міжнародного маркетингу. Отже, треба оцінити звичайну рекламу та інші заходи маркетингових комунікацій із точки зору їхньої здатності забезпечувати необхідний комунікативний ефект. Менеджер ЗЕД, з точки зору інтегрованих маркетингових комунікацій, має знати не тільки витрати на кожний елемент комунікацій, але й зрозуміти можливості альтернативних рекламних комунікацій та інших інформаційних каналів просування підприємства та його товарів на світовому ринку. У багатьох випадках, використовуючи інтегровані маркетингові комунікації, менеджер ЗЕД спочатку розглядає питання оптимального вибору окремих інструментів міжнародного маркетингу в їх взаємопоєднанні, послідовності використання та ефективності, а потім вже визначається щодо творчих підходів. Хоча можливе визначення творчої стратегії на попередніх етапах планування, якщо вони мають вирішальне значення.

Таким чином, процес інтегрованих маркетингових комунікацій – це двобічний процес, який з одного боку, передбачає вплив на цільові й інші аудиторії, а з іншого –- допомагає одержанню зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснюваний підприємством вплив. Обидві ці складові однаково важливі, їхня єдність дає підставу говорити про інтегровану маркетингову комунікацію як про систему. Варто розуміти, що жодне підприємство або фірма не в змозі діяти відразу на всіх ринках, задовольняючи при цьому запити всіх споживачів. Навпаки, підприємство буде процвітати лише в тому випадку, якщо воно націлене на такий зовнішній ринок, клієнти якого з найбільшою ймовірністю будуть зацікавлені в його маркетинговій програмі. Отже, роль інтегрованих маркетингових комунікацій під час здійсненні ЗЕД підприємством досить значна, тому що без них в цілому неможливе здійснення стратегії міжнародного маркетингу підприємства.

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Чміленко О.Л., студ. 5 курсу ФМ, спец. «АДМ»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

Управління ризиками є особливо актуальним питанням для вітчизняних підприємств, більшість з яких зазнають значних збитків внаслідок нестабільності зовнішнього середовища, застарілих технологій виробництва та техніки, власної капіталомісткості, енергомісткості та фондомісткості, світової економічної кризи, що є основними джерелами виникнення економічних ризиків.

Аналіз практичної діяльності підприємств доводить, що в багатьох випадках застосування підходів управління економічним ризиком відбувається не задля підвищення ефективності діяльності підприємства, а для створення псевдо-іміджу менеджменту підприємства, який використовує найсучасніші підходи ризик-менеджменту та інших економічних теорій. Інші управлінці використовують підходи ризик-менеджменту, сподіваючись швидко підвищити рівень власної конкурентоздатності. Проте ризик-менеджмент не завжди дає негайні результати, бо існує певний лаг між формуванням системи ризик-менеджменту, досягненням професійного рівня його функціонування та отриманням реальних результатів від такого менеджменту.

Відсутність професійних кваліфікованих фахівців з ризик-менеджменту на вітчизняних підприємствах також є важливою проблемою формування ефективної системи управління економічним ризиком. Вітчизняна школа підготовки ризик-менеджерів фактично поки що не сформована.

Дослідження теоретичних та практичних досягнень, доводять, що управління ризиком (ризик-менеджмент) найбільш досліджено на оперативному рівні. На стратегічному рівні, на жаль, відсутні такі дослідження та практичні підходи, а також механізми поєднання стратегічних та оперативних рівнів управління ризиками. Виходячи з цього, процес управління необхідно чітко розділити на два рівні: стратегічне управління економічним ризиком та оперативне управління ризиком.

Від рівня схильності до ризику залежить також і формування керівного апарату підприємства. Підприємство повинно виявляти схильність до ризику персоналу. Якщо виявиться, що персонал не схильний до ризику у порівнянні з його власниками, то реалізація стратегії з високим рівнем ризику зазнає фіаско. Тобто необхідно добирати персонал з числа працівників, схильних до ризику, або розробляти нову стратегію з нижчим рівнем ризику. І навпаки, при реалізації стратегії з низьким рівнем ризику, персонал необхідно добирати з числа осіб, несхильних, або, як мінімум, нейтральних до ризику.

Цілі підприємства обґрунтовують на основі визначення рівня схильності до ризику різних груп впливу. Вчені зазначають, що чим вищий рівень ризику, тим вища ймовірність отримання більшого прибутку або більшого збитку залежно від діяльності підприємства та тенденцій зовнішнього середовища. Мінімізація рівня ризику є невигідною для підприємства, оскільки виникає ризик невикористаних можливостей, який теж за певних обставин може перерости у ризик банкрутств підприємства. Зважаючи на це, підприємство з метою уникнення збитків та отримання максимальних результатів від власної діяльності повинно оптимізовувати ризик.

Стратегія ризик-менеджменту також передбачає, що підприємство повинно використовувати комплексний підхід до управління ризиками на рівні всього підприємства, тобто встановлення чітких верхніх та нижніх лімітів щодо рівня ризику та формування відповідного контролю за дотриманням цих лімітів менеджерами підприємства. Зважаючи на це, стратегія ризик-менеджменту повинна бути надзвичайно гнучкою, оскільки динамічність середовища підприємств породжує все нові ризики і постійно змушує вдосконалювати сформовану стратегію.

Етап реалізації стратегії ризик-менеджменту полягає у формуванні плану дій з точним визначенням термінів реалізації поставлених завдань, встановленням бюджету реалізації заходів ризик-менеджменту та відповідальних осіб за кожний із заходів ризик-менеджменту. Реалізація стратегії ризик-менеджменту залежить від працівників підприємства, і вона є найдинамічнішою, порівняно з іншими стратегіями підприємства, а тому потребує частих змін. Через це в процесі реалізації стратегії виникає опір змінам. Оскільки удосконалення стратегії часто відбуваються внаслідок змін зовнішнього середовища, то такий опір може наростати та бути основним джерелом виникнення ризиків банкрутства підприємства. Тому особливо уважно потрібно підбирати персонал і формувати цінності та корпоративну культуру колективу.

Література

1.Вітлінський В.В. Концептуальні засади ризикології у фінансовій діяльності / В.В. Вітлінський // Фінанси України. – 2003. – № 3. – С. 3–9.

2. Ястремський О.І. Моделювання економічного ризику [Текст] / О.І. Ястремський – К.: Либідь, 1992. – 176 с. – ISBN 966-505-125-3.

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Цюх Н.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лісова Л.О.

Ринкова трансформація економіки України дає змогу підприємствам самостійно організовувати свою діяльність. Водночас у вітчизняній економіці існує мінливе конкурентне середовище, яке помітно підвищує вимоги до економічної діяльності господарських одиниць. Підприємство як основна ланка національної економіки особливо відчуває вплив цих змін, які позначаються на результатах його господарської діяльності. Важке фінансово-економічне становище вітчизняних виробників нерідко пояснюють відсутністю грошових засобів. Проте в реальному житті таке становище виникає внаслідок недостатньо розвинутого або взагалі відсутнього механізму пристосування діяльності підприємства до роботи в нових умовах. У основі цього механізму має лежати концепція регулювання, яка дозволяє прогнозувати наслідки впливу зовнішнього і внутрішнього середовищ на діяльність підприємства і вишукувати способи подолання зумовлених ними негативних впливів.

У розвинутій економіці регулятивний вплив на виробничо-збутову діяльність підприємств здійснюється через ринковий механізм та випробувані заходи державного впливу. Для підвищення результативності взаємодії між підприємством і ринком застосовуються відповідні механізми, що спираються на сучасний інструментарій регулювання. Внаслідок того, що ці підходи до регулювання діяльності підприємств недостатньо адаптовані до умов перехідної економіки і майже не використовуються у вітчизняній практиці, необхідне їх додаткове дослідження і осмислення. Складність розроблення механізму регулювання діяльності підприємств зумовлена тим, що необхідно пристосувати його сучасний методологічний інструментарій до умов перехідної економіки.

Регулювання діяльності підприємства здійснюється на основі контролю - функції управління, яка має аналітичний характер і дозволяє оцінити діяльність підприємства порівнянням запланованих і досягнутих результатів діяльності. В сучасних умовах контрольна функція дає змогу вирішувати завдання, які в залежності від характеру впливу різних чинників дають підстави розглядати розширений і звужений контури регулювання.

Звужений контур регулювання передбачає втручання у діяльність підприємства на основі визначення фактичного фінансово-економічного стану підприємства в даний момент часу. Розширений контур передбачає застосування регулятивних інструментів відповідно до прогнозованого фінансового стану підприємства на визначений період часу.

Однак в умовах швидких змін у перехідній економіці недостатньо спиратись лише на саморегулювання. Застосування розширеного контуру регулювання зумовлене необхідністю вчасного втручання у діяльність підприємства на основі прогнозованого визначення причинно-наслідкового характеру змін. Отже, регулювання передбачає втручання у діяльність підприємства з метою внесення певних коригуючих змін.

Визначити ці зміни можна через застосування на підприємствах маркетингових інформаційних систем. Основними складовими таких систем є маркетингове середовище, маркетингова інформація, маркетингові дослідження і маркетинговий аналіз. Збір маркетингової інформації на основі дослідження маркетингового середовища дозволяє визначити чинники, які найвагоміше впливають на діяльність підприємства. У дисертації зазначено, що для аналізу отриманої маркетингової інформації доцільно використовувати сучасні інструменти аналізу.

Регулювання виробничо-збутової діяльності передовсім вимагає врахування особливостей роботи підприємств певної галузі. Зокрема, необхідність регулювання виробничої сфери на підприємствах зумовлена тим, що на таких підприємствах здебільшого переважають неперервні методи виробництва, які сьогодні не є оптимальним способом випуску продукції. Такі виробництва розраховані на зазвичай великі обсяги переробки сировини, є дуже енергомісткими і не відповідають вимогам ринкового середовища. В сучасних умовах для надійного збуту готової продукції доцільніше здійснювати її періодичний випуск. Аналогічні вимоги, пов'язані із необхідністю адаптувати діяльність підприємств до ринкового середовища, стосуються і інших сфер діяльності. Наприклад, у постачанні необхідним є пошук і оптимальний вибір сировини, яка забезпечуватиме зменшення витрат виробництва. У сфері збутової діяльності - пошук вигідних для підприємства шляхів реалізації продукції.

Якщо обсяг зовнішньоторговельних операцій у фірми незначний і основна частина продукції реалізується на зовнішньому ринку, то для здійснення зовнішньоторговельних операцій вона використовує торговельний апарат, призначений для роботи на внутрішньому ринку. При збільшенні зовнішньоторговельних операцій створюється спеціальний експортний відділ, що не входить до складу внутрішнього збутового апарату

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Хоружий А.А., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Турчіна С.Г.

Організація ЗЕД - дуже складна і клопітка робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як коньюктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод і т.д.

Тому, для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління. Слово "структура" означає каркас, основу. Будь-яке підприємство має відповідний каркас, що пов'язує всі його підрозділи, служби, органи.

Розрізняють:

- організаційно-виробничу структуру;
- структуру управління;
- організаційну структуру підприємства.

На будь-якому підприємстві є системи, які управляють і якими управляють. До першої відносяться органи, служби, апарат управління. До іншої - виробничі підрозділи (цехи, участки, відділи).

Організаційно-виробнича структура відображає побудову системи, якою управляють, структура управління - системи, яка управляє, а організаційна структура підприємства - побудову і взаємозв'язок обидвох даних систем.

Таким чином, структура управління ЗЕД відображає побудову системи управління в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД.

Апарат управління будується з урахуванням необхідного оновлення ланок (по горизонталі) і ступенів чи рівнів управління (по вертикалі). Ланка управління - це структурний підрозділ чи окремі спеціалісти, що виконують відповідні функції управління.

Організаційна структура управління ЗЕД як складова частина внутріфірмового управління визначається, насамперед, загальною стратегією підприємства, а також стратегією ЗЕД як її складової. Загальноприйнято вважати стратегію засобом виживання фірми шляхом адаптування до середовища, а структуру - конструкцією, що її підтримує. Ланки ланцюга "середовище - стратегія - структура" взаємопов'язані і взаємозумовлені. Якщо вони не відповідають одне одному, то під загрозу ставиться саме існування фірми.

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. ЇЇ мета - максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємництві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутріфірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Перед підприємствами - суб'єктами ЗЕД завжди стоять два важливих питання:

1. Як сформувати найбільш сприйнятливу і ефективну оргструктуру управління?
2. Як керувати нею, щоб досягти поставленої мети?

На формування організаційної структури управління ЗЕД значний вплив здійснюють такі фактори:

- розмір фірми;
- значення і характер зарубіжної діяльності;
- ступінь диверсифікації і складність продукції, що випускається;
- характер експортної і виробленої на іноземних підприємствах продукції;
- специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них та ін.

Організаційні форми управління ЗЕД на виробничих підприємствах в Україні багато в чому індивідуалізовані. Разом з тим можна виділити деякі загальні риси.

На виробничих підприємствах, що приймають активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоекономічний апарат в даний час існує в основному в двох формах:

1. Відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) в рамках діючого апарату управління.
2. Зовнішньоторгової фірми (ЗТФ).

Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) не являється самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутріфірмового управління. Цей відділ не займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами і т. д. Він створюється, як правило, для планування, організації і координації ЗЕД (хоч на практиці зустрічаються й інші варіанти).

ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ФУНКЦІОНУЄ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Фотін О.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «АДМ»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Клєцова Н.В.

Порівняно нещодавно як в Україні, так і в інших колишніх державах соцтабору, діяла командно-адміністративна система господарювання. Підприємства знаходились в прямому підпорядкуванні відповідних міністерств і відомств. В порядку наказу підприємства одержували контрольні цифри для укладання своїх планів по випуску продукції, собівартості продукції, використання фінансів. Керівництво підприємства чітко знало, які види продукції та в якому обсязі будуть випускатися найближчим часом. Аналогічно здійснювалося і матеріально-технічне забезпечення та збут продукції. Заздалегідь були відомі постачальники сировини і матеріалів, споживачі готової продукції. В нинішній час, в умовах ринкової економіки, підприємства отримали можливість самостійно формувати свою економічну стратегію, тобто знайти відповіді на наступні питання: які види продукції виробляти, в якій кількості, як і якими засобами, для кого і коли виробляти. Однією з основних задач є формування товарного асортименту продукції. Підприємство повинно мати перелік певних номенклатурних позицій продукції, що користуються потенційним попитом на ринку і забезпечать виживання підприємства в довгостроковому періоді.

Відомо, що будь-яке підприємство, яке виробляє продукцію або надає послуги, має свою номенклатуру продукції та свій асортимент. Під номенклатурою продукції необхідно розуміти перелік найменувань виробів, завдання по випуску яких міститься в плані виробництва продукції. Що стосується асортиментної політики, то вона втілює систему заходів, по визначенню переліку товарних груп, які мають найбільшу перевагу для успішної діяльності на ринку, і які забезпечують економічну ефективність діяльності підприємства в цілому. Як відомо, ринок має врівноважені складові попиту і пропозиції, тому основними задачами асортиментної політики є: задоволення потреб споживачів; завоювання нових покупців; оптимізація фінансових результатів підприємства.

Потреба споживачів – величина змінна. Вона залежить від цілого комплексу факторів, які впливають на неї. Це і соціальний статус, і рівень доходів населення, очікування, і навіть смаки, які є різні у кожної людини. Отже, підходити до розробки асортименту і номенклатури продукції чи послуг також потрібно комплексно і всебічно, з урахуванням всіх вище перерахованих факторів. Виходячи на ринок, підприємство обирає сегмент господарювання і тим самим обирає контингент споживачів, який має свої особливості. Асортимент і номенклатуру потрібно розробляти з максимальним врахуванням цих особливостей, і навіть більше того. Це дасть можливість розширити ринки збуту і завоювати нових покупців. Завоювання нових покупців можливе лише у випадку стійкої позиції підприємства на ринку, досконалої рекламної кампанії та гарної репутації, і, звичайно, можливості задовольнити потреби нових споживачів. Ефективне впровадження і здійснення політики завоювання нових покупців неодмінно сприятиме подальшій стабілізації позиції підприємства на ринку.

До асортименту підприємства можуть входити товари, що відносяться до одного або декількох типів. Так, широкий асортимент включає велику кількість різноманітних товарних груп, у той час як вузький асортимент складається з незначної кількості товарних груп. Глибокий асортимент виникає, якщо в товарній групі пропонуються різноманітні альтернативні якості, кольори, зразки, розміри, форми, ціни та інше. Дрібний асортимент характеризується тим, що пропонуються окремі товарні групи в незначних варіантах. Виходячи на ринок, підприємству не одразу вдається зайняти стійкі стабільні позиції, і як вже зазначалося вище, одним із ключових питань на шляху досягнення успіху є саме вірна розробка асортименту продукції. В залежності від ринкової позиції підприємства та його потенційних можливостей розробляється і відповідний вид асортименту. “Початківці”, зазвичай, пропонують відносно вузький та дрібний варіант асортименту. Це пояснюється як можливостями, так і очікуваннями на реакцію споживача. Але це не відноситься до філій могутніх закордонних концернів та корпорацій. Хоча вони і є початківцями на вітчизняному ринку, але потенціал, з яким вони починають, відкриває перед ними дуже широкі можливості та дозволяє пропонувати часом дуже велику кількість товарних груп з величезною кількістю варіантів. Прикладом можуть слугувати такі світові гіганти як “Philips”, ”Sony”, ”Hewlet Packard” та інші [1, с.42]. Широкий та глибокий асортимент також пропонують і деякі вітчизняні товаровиробники, які вчасно і вірно зорієнтувалися у середовищі, що швидко змінюється і перевели своє виробництво на потрібні рейки. Глибокий асортимент характерний для виробників чи дистриб’юторів, які займаються продукцією відносно вузької спеціалізації. Це можуть бути спеціалізовані комп’ютерні фірми. Сюди також можна віднести, наприклад, корпорації, які виробляють автомобілі.

Таким чином, асортимент продукції є одним із вихідних і найважливіших пунктів здійснення ефективної діяльності підприємства, а вміла та розумна його розробка є однією із запорук успіху функціонування суб’єктів господарювання.

Література: 1. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології : [монографія] / Т. М. Циганкова. – К.: КНЕУ, 2004. – 400 с.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Федченко С.А., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лісова Л.О.

Основою стратегічного менеджменту є стратегічне планування, яке розуміється як процес формування, оцінювання і прийняття стратегій розвитку бізнесу. До питань стратегічного планування належить також контроль реалізації планів і їхнє коригування. Стратегічні плани базуються на прогнозуванні майбутнього стану підприємства і зовнішнього середовища, їхнім призначенням є мобілізація ресурсів і координація діяльності всіх підрозділів підприємства в напрямку досягнення заявлених довгострокових.

Варто враховувати також і те, що в сучасних умовах організації не володіють необхідною для ефективного стратегічного планування інформацією ні про себе, ні, тим більше, про зовнішнє оточення і перспективи змін у ньому.

Поведінка організації на зовнішньому ринку значною мірою визначається внутрішніми її можливостями і перспективами розвитку при досягнутому рівні стратегічного управління. У той самий час стратегія зовнішньоекономічної діяльності є однією з важливих складових стратегічного плану підприємства і системи стратегічного управління.

Значення аналізу міжнародних чинників для українських організацій істотно зросло після скасування монополії на зовнішню торгівлю. Підприємства, що працюють чи збираються працювати на світовому ринку, повинні приділяти першорядну увагу соціальним і політичним процесам, що відбуваються в реально існуючих і потенційних країнах-експортерах і імпортерах. Необхідно приділяти постійну увагу політиці урядів інших країн, змінам у їхніх зовнішньоторговельних режимах, спрямованих на захист внутрішніх виробників, розширенню національних ринків у цілому чи окремих галузях. З урахуванням чинників зовнішнього середовища стратегія організації може бути спрямована на пошук захисту з боку уряду України проти іноземних конкурентів, на зміцнення внутрішнього ринку або на розширення зовнішньоекономічної активності.

Процес розробки стратегії поведінки організації на зовнішньому ринку включає шість етапів:

- всебічний аналіз стану і розвитку зовнішньоекономічної діяльності;
- аналіз очікуваних змін у кон'юнктурі зовнішнього ринку;
- аналіз можливостей на зовнішньому ринку з урахуванням прогностичних змін у його кон'юнктурі;
- аналіз внутрішньої і зовнішньої бюджетно-податкової політики і впливи змін у ній на умови діяльності організації;
- аналіз тенденцій розвитку світової економіки, стан і тенденції розвитку світового ринку, включаючи ринок кредиту, зовнішньоторговельної політики різних країн, оцінка впливу змін у ній на умови функціонування організації;
- розробка довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням існуючого і прогнозного стану на зовнішніх ринках, а також можливостей і очікуваних змін в умовах функціонування підприємства.

Розробка стратегії поведінки організації на зовнішньому ринку здійснюється на трьох різних рівнях: глобальному,стратегічному і тактичному .

Глобальний рівень охоплює довгострокові аспекти діяльності на основі визначення найважливіших цілей, сукупність яких розглядається як єдине ціле. При цьому планування здійснюється на рівні керівництва підприємства з урахуванням можливих довго- і середньострокових варіантів розвитку.

На стратегічному рівні визначаються цілі у сфері ЗЕД та приводяться до існуючих бюджетів.

На тактичному (поточному) рівні планування зовнішньоекономічної діяльності концентрується на визначенні конкретних цілей, досягнення яких є умовою ефективного використання наявних ресурсів для реалізації глобальних цілей на існуючих ринках збуту.

Розробка стратегії зовнішньоекономічної діяльності передбачає:

- формування глобальної довгострокової цілі (місії) зовнішньоекономічної діяльності;
- розробку альтернативних варіантів досягнення цілі зовнішньоекономічної діяльності;
- поділ (декомпозицію) глобальної цілі зовнішньоекономічної діяльності на ряд взаємозалежних підцілей;
- порівняння варіантів досягнення цілі зовнішньоекономічної діяльності, вибір стратегічних альтернатив, оцінювання можливостей і наслідків їхньої реалізації і формування стратегії поведінки підприємства на зовнішньому ринку .

Зовнішньоекономічна діяльність буде найбільш успішною лише в тому випадку, якщо вихід підприємств на міжнародні ринки буде не тільки добре продуманий, всебічно обґрунтований, але і випливатиме з довгострокових цілей.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Субота М.С., студ.5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стоянець Н.В.

Від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва,імідж підприємства, його фінансова стабільність, усі показники діяльності підприємства. Результати господарської діяльності підприємства залежать від ефективності використання живої праці – найбільш вирішального фактору виробництва, тому що підприємство створилося самою людиною для задоволення її потреб.

Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами,їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва продукції, ефективному використанню устаткування, обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку. Ефективне використання людських ресурсів - безпосередня задача управління персоналом як найважливішої області управління.

Менеджмент персоналу здійснюється шляхом виконання цілеспрямованих дій і передбачає визначення цілей і основних напрямків роботи з персоналом. До основних цілей управління персоналом відносяться: задоволення кількісної та якісної потреби підприємства (об'єднання, галузі) в персоналі; забезпечення раціональної розстановки, професійно-кваліфікаційного та посадового просування працівників; ефективне їх використання.

Структура системи управління персоналом, яка склалась на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та викристалізації власного досвіду, включає сьогодні такі підсистеми:

- аналіз та планування персоналу - розробка кадрової політики,
- розробка стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу та ринку праці, прогнозування потреб у персоналі, організація реклами та
- встановлення взаємодії із зовнішніми організаціями, що забезпечують підприємство кадрами;
- підбір та найм персоналу - проведення співбесід, тестів, анкетування для вияву інтелектуального рівня, професіоналізму, комунікативності та інших необхідних якостей;
- оцінка персоналу - персональна оцінка - рівень знань, умінь, майстерності та особистої відповідальності;
- організація навчання та підвищення кваліфікації – навчання персоналу, перепідготовка та підвищення кваліфікації, введення в посаду організація кадрового росту, реалізація службово-професійного просування та кар'єри співробітників, робота з кадровим резервом;
- атестація і ротація кадрів - проведення заходів, спрямованих на вияв відповідності результатів діяльності, якостей і потенціалу особистості працівника вимогам, що висуваються до виконуваної роботи;
- управління оплатою праці;
- мотивація персоналу - розробка систем мотивації, вироблення систем оплати праці, участі персоналу в прибутках і капіталу підприємства, розробка форм морального стимулювання персоналу;
- облік співробітників підприємства - облік прийому, переміщення, винагород та стягнень співробітників, звільнення персоналу, організація ефективного використання персоналу управління зайнятістю персоналу кадрове діловодство;
- організація трудових відносин на підприємстві - оцінка виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, формування у співробітників почуття відповідальності, аналіз та регулювання групових і міжособистісних відносин, соціально-психологічна діагностика, встановлення норм корпоративної культури, робота зі скаргами на трудові відносини;
- створення умов праці - створення безпечних умов для праці співробітників;
- дотримання норм психофізіології праці, ергономіки, технічної естетики, кадрова безпека;
- соціальний розвиток та соціальне партнерство – організація харчування, медичного і побутового обслуговування, відпочинку та культурно-оздоровчих заходів, управління конфліктами та стресами, організація соціального страхування;
- кадрова безпека;
- правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом - вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, що їх регулюють, забезпечення необхідною інформацією всіх підрозділів управління персоналом.

РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА ЗАСОБІВ РОЗШИРЕННЯ РИНКІВ ЗБУТУ СУБЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ступакова С.Ю., студ. 4 курсу, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лісова Л.О.

В Україні розвиток ринкових відносин, необхідність її входження в світовий інтеграційний процес, лібералізація зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), надання підприємствам і організаціям, що випускають конкурентноздатну продукцію, право розширення ринків збуту вимагає нових підходів до управління ЗЕД. Тому вивчення різних аспектів управління зовнішньоекономічною діяльністю, особливо на рівні підприємства як основної і першочергової ланки зовнішньоекономічного комплексу країни, викликає сьогодні велику практичну цікавість.

На думку спеціалістів, поняття “зовнішньоекономічна діяльність” з’явилась в Україні з початком економічної реформи, в 1987 р. Одним з нейтральних напрямів даної економічної реформи була децентрація зовнішньої торгівлі, надання підприємствам прав безпосередньо виходу на зовнішній ринок і стимулювання розвитку ЗЕД на рівні господарських суб’єктів.

Здійснення активної зовнішньоекономічної політики держави, розширення міжнародної торгівлі, інтеграційних економічних зв’язків є важливим чинником стабілізації і реформування її економіки. Нині ці відносини включають у себе не тільки економічні контакти з країнами “далекого зарубіжжя”, а і з країнами СНД, взаємозв’язки з якими базуються на принципах і нормах міжнародних економічних відносин. Все це потребує посиленої уваги до розвитку зовнішньоекономічного комплексу України, вироблення ефективних зовнішньоекономічних стратегії і політики, які обґрунтувалися перш за все на пріоритеті національних економічних інтересів і гарантували національну безпеку держави.

Поступова інтеграція України у світову господарську систему привела до того, що в даний час у зовнішньоекономічній діяльності беруть участь тисячі підприємців і підприємств. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) - діяльність суб’єктів господарської діяльності України й іноземного суб’єкта господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. ЗЕД являє собою сукупність міжнародних комерційних операцій, спрямованих на організацію, проведення і регулювання процесу обміну товарами, послугами, результатами творчої діяльності.

Основними мотивами розвитку ЗЕД на рівні підприємства можуть бути :

1. Розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою максималізації прибутку.
2. Закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання.
3. Залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва, з урахуванням їх унікальності, більш вищої якості і низьких цін в порівнянні з внутрішнім ринком.
4. Залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках.
5. Участь в міжнародному розподілі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку своєї економіки.

Треба підкреслити, що роль ЗЕД як зовнішнього фактора економічного росту в сучасних умовах постійно зростає. Посилюється її вплив на соціально-економічний розвиток не тільки країни але й кожного господарського суб’єкта.

З огляду на настільки швидкі темпи росту вітчизняного ринку, слід зазначити, що для забезпечення конкурентноздатного положення на ньому підприємства, необхідно не тільки вкладати гроші в наукові розробки, але і задіяти всі інструменти маркетингу. На підприємствах слід створити відділ маркетингу, який би займався розробкою певних стратегій і тактик поводження на ринку. Як основних засобі просування своєї продукції; використання мерчандайзингу у роздрібній мережі, що передбачає викладення реклами (листівки, постери, наклейки) на місці продажу. Хотілося б зупинитися на удосконалюванні документального забезпечення експортно-імпортних угод, що укладаються підприємствами на постачання виробленої продукції. У цьому зв’язку необхідно звернути увагу на необхідність переходу на нові стандарти укладання зовнішньоторговельних контрактів між підприємствами - умови Incoterms 2010. Метою Incoterms є забезпечення комплекту міжнародних правил по тлумаченню найбільше широко використовуваних торгових термінів в області зовнішньої торгівлі.

Отже, підприємство на зовнішньому ринку - це якісно нове явище для української економіки. Розширення ринків збуту на зовнішньому ринку самостійних господарюючих суб’єктів повинно сприяти пристосуванню економіки до системи світогосподарських відносин, до формування економіки відкритого типу.

МЕНЕДЖМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Струцька І.О., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

Реклама - ознайомлення споживачів із товарами або послугами, що пропонує дане виробниче, торговельне, транспортне, страхове, туристичне, фінансове або інше підприємство. Реклама здійснюється у формі оголошень у пресі, на радіо, телебаченні, на плакатах тощо.

Реклама знайомить з особливостями і способами споживання товарів, їх якістю, місцем продажу тощо. Перед рекламою ставиться завдання привернути до товару увагу потенційного покупця. При цьому застосовуються такі прийоми, які є найбільш доцільними в кожному окремому випадку, з тим щоб у споживачів з'явилося бажання купити запропонований товар або послуги.

Способи передачі рекламної інформації. За цією ознакою реклама поділяється за такими напрямами:

- реклама у засобах масової інформації;
- пряма реклама;
- реклама на місці продажу;
- особиста реклама.

На міжнародному ринку реклама являє собою спеціально створену й організовану адресну інформацію про товарну продукцію, виготовлювача з метою оповіщення про них потенційних закордонних споживачів і формування попиту на цю продукцію.

На міжнародному ринку вплив реклами різнобічний й багатогранний, а її безпосередня стратегія полягає у виконанні збутової спрямованості, активізації міжнародного попиту на певний товар і розширення ринку.

Основними принципами міжнародної реклами є:

- планомірність (поділ і інтеграція всіх видів реклами з урахуванням територіальної спрямованості, стадії життєвого циклу товару, бюджетних можливостей);
- інформаційна насиченість (звертання до закордонних потенційних споживачів повинне містити повні й чіткі дані на їхній національній мові);
- причетність до проблем і потребам закордонної цільової аудиторії (сприйняття її обігів повинне носити довірчий характер);
- виборчий характер (експортер прагне продемонструвати всі позитивні властивості свого товару, розрахованого на зовнішній ринок);
- формування споживчих переваг (закордонні споживачі виділяють пропонований товар з конкуруючих на даній ділянці міжнародного ринку, мають намір пробрести його);
- правдивість (свідомо неправдивий і некоректний обіг приносить рекламодавцеві більше шкоди, чому користі);
- прибутковість і ефективність (рекламна діяльність експортера спрямована на збільшення реалізації товарів, що приносить прибуток, а також на придбання іміджу, репутації, лояльності, додаткове залучення суб'єктів закордонного ринку в споживання).

Визначення цілей реклами можна звести до двох великих груп:

- цілі в області збуту, покликані привести до відчутного приросту об'ємів продажів або спонукати споживачів до придбання товарів (використовується інформативна реклама, що нагадує);
- цілі в області комунікацій, направлені на передачу певних ідей, формування іміджу підприємства, зміну споживчих звичок, що сприяє зростанню рівня збуту в довгостроковій перспективі (використовується переконлива реклама).

Щоб реклама стала ефективним фактором у програмі маркетингу, необхідно дотримуватися таких умов:

а) рекламна інформація має бути новою і неочікуваною;

б) особливо активно рекламу слід використовувати на стадіях упровадження товару на ринок і зростання обсягу продажу;

в) реклама має підкреслювати ті особливості товару, які відрізняють його від аналогів; г) реклама найефективніша при зростаючому попиті.

Отже, зовнішня реклама: гнучка й оперативна, з високої частотою повторних контактів, має невисоку вартість, слабку конкуренцію. До її недоліків можна віднести відсутність вибірковості аудиторії, обмеження творчих можливостей втілення. Зовнішня реклама використовується для реклами товарів масового попиту, для реклами товарних знаків промислових підприємств,що випускають як товари масового попиту, так і продукцію промислового призначення. Реклама допоможе завоювати підприємству долю зовнішнього ринку та сформувати попит на продукцію.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ПРОДУКЦІЇ СВК АГРОФІРМА «ПЕРШЕ ТРАВНЯ»

Степанченко З.В., студ. 5 курсу ФМ
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлов А.М.

На сучасному етапі економічного розвитку для вітчизняних виробників виробництво і просування нової продукції є одними з найважливіших факторів забезпечення їх ринкового успіху. Конкуренція, що постійно зростає, змушує виробників вже на етапі виведення нового товару на ринок мати детально прораховану, адекватну зовнішнім умовам і потенціалу підприємства стратегію його просування. Просування - це складова комплексу маркетингу, яка спільно з трьома іншими складовими: товар, ціна, розподіл, – є основними інструментами дії підприємства на споживача з метою досягнення маркетингових цілей. В даний час у розпорядженні маркетологів існує складна система просування товарів і послуг, яка є специфічним поєднанням засобів маркетингових комунікацій підприємства із споживачами, посередниками, партнерами і представниками контактних аудиторій. Ефективна реалізація комунікації підприємства з його цільовими споживачами відноситься до найважливіших видів маркетингової діяльності і може принести підприємству дохід, який може значно перевищити витрати на організацію цих комунікацій. Важливою умовою досягнення максимального рівня прибутку вітчизняними підприємствами стає вирішення проблеми обґрунтування обсягів збуту і політики розподілу продукції як на зовнішніх так і на внутрішніх ринках.

Агрофірма «Перше Травня» здійснює внутрішню і частково зовнішню діяльність. Основними партнерами підприємства по збуту продукції є комерційні структури, переробні підприємства, товарна аграрна біржа.

Об’єктом нашого дослідження є процес управління просуванням товарів на внутрішні ринки СВК Агрофірмою «Перше Травня». Проведені дослідження господарської діяльності підприємства дозволяють констатувати факт стабільної роботи агрофірми. Аналізуючи систему управління просуванням товарів в СВК АФ «Перше Травня», можна зазначити як позитивні, так і негативні їх характеристики. Позитивним ми вважаємо те, що керівник безпосередньо приймає участь у прийнятті відповідальних рішень щодо формування певного напрямку розширення чи скорочення збуту, самостійно аналізує положення на ринку.

Однак слід зазначити, що директор СВК Агрофірма «Перше Травня» основним своїм завданням в сфері управління просуванням товару вважає здійснення функції по забезпеченню взаєморозрахунків та авансуванню, а дослідження ринку, розробку та впровадження нових форм та методів стимулювання він виконує як другорядну роботу. Але головним недоліком я вважаю високий рівень зайнятості директора, що звичайно не сприяє ефективному здійсненню функції по управлінню просуванням товару. Негативний вплив на організацію управління просуванням товару здійснює відсутність різних рекламних заходів, які слід застосовувати при збуті продукції. Звичайно, специфіка цього в деякій мірі зумовлюється специфікою агротоваровиробників, широкою пропозицією однорідної сільськогосподарської продукції, тому підприємство не володіє монопольним правом постачальника. А також, в підприємстві відсутня спеціалізована служба, яка б виконувала усі необхідні функції по формуванню ефективної системи просуванням товару.

Проте, безперервна і результативна діяльність підприємства забезпечується такими основними факторами виробництва,як наявність робочої сили та забезпеченість основними фондами й ефективністю їх використання. На сьогодні підприємство є виробником, а не посередником, це дає можливість швидко реагувати на зміни всередині сегменту ринку, пропонуючи споживачу той продукт, який він потребує на даний момент.

Отже, вище викладене дає можливість зробити висновок, що підприємство виробляючи продукцію високої якості має всі можливості реалізовувати її як на внутрішні так і на зовнішні ринки. Керівництву слід звернути увагу на основні методи просування товарів (рекламу, прямий маркетинг та ін.). Дія реклами спрямована на створення й підтримування рівня популярності товару, позитивного іміджу самого підприємства, а також належної уваги та зацікавленості споживачів, їхнього бажання діяти з метою придбати продукцію. Досить необхідним кроком є реклама. Як необхідний елемент конкуренції й боротьби за ринок збуту. Зараз до цього списку необхідно додати сайт в Internet. Кожен вид подачі рекламного матеріалу має свою ефективність. І найбільш ефективним видом реклами є реклама "з вуст до вуст". Саме цей вид реклами є застосованим для високоякісної продукції. Сучасні технології просування товару в цьому випадку також використовують багаторівневий маркетинг. Але в цьому випадку створюється мережа не просто дилерів, а мережа дилерів - споживачів.

Таким чином, правильно і вчасно заплановані заходи на просування товару позитивно будуть відображатися на діяльності підприємства. Розробляючи збитову політику, необхідно мати за мету визначення оптимальних напрямків та наявних коштів, необхідних для забезпечення найвищої ефективності процесу реалізації товару. Це забезпечує обґрунтований вибір організаційних форм та методів збутової діяльності, зорієнтованої на досягнення кінцевих результатів.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВИРОБНИЦТВА АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГІЇ

Соколова Г.С., студ. 5 курсу АДМ, «Менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Хворост Т.В.

На сьогоднішній день, у період економічної кризи, вартість енергоносіїв є нестабільна і постійно зростає, через те що Україна є залежною від постачальників, а основним постачальником для України є Росія яка з року в рік збільшує вартість енергоресурсів і в цьому випадку є доцільним використання відновлювальних джерел енергії, а саме відходів деревообробної промисловості, яких в нашій державі є достатньо, і велика кількість їх не використовується. Відходи або вивозять на звалище, або просто загнивають на лісосіках.

З поступовим загостренням енергетичної і екологічної ситуації у світі, людство робить спроби пошуку нових джерел енергії, які б не поступались вже відомим по кількості енергії, яку можна з них отримати, і водночас наносили якнайменше шкоди навколишньому середовищу. Саме тому дедалі більше уваги приділяється деревині, яка може бути джерелом теплової і електричної енергії і відповідає умовам екологічності. Якщо провести детальний аналіз використання деревини як енергетичного ресурсу, то можна побачити що вона має ряд істотних переваг порівняно з іншими природними джерелами енергії. Наведемо деякі з цих переваг. За рахунок спалювання деревини можна отримувати додаткову теплову чи електричну енергію, яка акумулювалася у деревині у процесі фотосинтезу під час життєдіяльності деревини. Спалювання вирішує проблему утилізації деревних відходів. У процесі будь-якої діяльності утворюються відходи які потрібно переробляти або зберігати у спеціально відведених для цього місцях, якщо переробка неможлива. А спалювання деревини повністю вирішує цю проблему з одночасним вирішенням екологічної проблеми забруднення довкілля деревними відходами. Окремі відходи лісового чи деревообробного виробництва можуть використовуватись для виготовлення певної деревообробної продукції. Тут постає проблема використання уживаної деревини, яка може бути покрита лаками, фарбами, смолами і т.д. і практично не може використовуватись для виготовлення деревообробної продукції.

На сьогоднішній день частка відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) в загальному енергопостачанні України досить невелика: 2,8% включаючи велику гідроенергетику та 0,8 % без неї. Енергетична стратегія уряду планує зростання цієї частки.

Для отримання енергії шляхом спалювання деревини можуть використовуватись всі види відходів, в тому числі і вживана деревина. Серед переваг отримання енергії із деревини є низька собівартість цієї енергії. Тут необхідно зробити зауваження про правильне визначення собівартості отримання енергії. До собівартості відносять не лише витрати на безпосереднє отримання енергії з певного ресурсу, але і витрати по утилізації наслідків такого добування енергії. Також зазначимо про вартість самої деревини, яка піддається спалюванню у процесі отримання енергії. Вартість отримання енергії можна розбити на 2 частини: вартість енергоресурсу (в нашому випадку це деревина) і решта витрат, пов'язані з процесом одержання енергії з цього ресурсу.

Для спалювання можна використовувати спеціально вирощену для цього деревину (використання плантаційної деревини для отримання енергії) або певні деревні відходи (це, наприклад, можуть бути відходи певного деревообробного виробництва, уживана деревина, що використовувалась у промисловості або була предметом споживання, наприклад старі меблі, та інше). Якщо для отримання енергії використовувати плантаційну деревину, то зрозуміло, що вона має певну вартість. Якщо ж для спалювання використовуються певні відходи деревообробного виробництва, то вартість цих відходів (в нашому випадку енергоресурсу) може бути нульовою або додатною. У даній ситуації скористаємось концепцією альтернативної вартості. Під альтернативною вартістю блага розуміємо максимальну величину доходу, яку могло б принести благо у випадку використання його за іншим призначенням. Тобто альтернативною вартістю відходів може бути ціна, яку їх виробник міг би отримати, наприклад, продавши їх. Деревна стружка, що утворюється під час обробки пиломатеріалів може бути спаленою на цьому ж деревообробному підприємстві з метою отримання енергії або продана на інше виробництво (наприклад виробництво ДСП). У такому разі альтернативною вартістю відходів буде ціна, що її можна отримати від найбільш вдалого продажу цих відходів. Якщо ж альтернативних варіантів використання цих відходів немає. Існує ще і випадок, за якого виробник відходів повинен сплатити плату за забруднення або здійснювати витрати, пов'язані із зберіганням цих відходів. Вище викладені міркування підтверджують думку про нижчу вартість енергії, отриманої шляхом спалювання деревини.

На сьогоднішній день виникає дедалі більше аргументів за використання деревини в якості енергоресурсу. Одним із можливих варіантів вирішення цієї проблеми є використання плантаційної деревини для одержання теплової та електричної енергії.

Отже, можна стверджувати, що актуальність і необхідність виробництва твердого біопалива з відходів деревини полягає в можливості одночасного вирішення економічних, екологічних та енергетичних проблем.

ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ РОСТУ

Слабоспицька О.Ю., здобувач
Науковий керівник: д.е.н., професор Михайлова Л.І.

Сучасний стан економіки України характеризується низьким рівнем платоспроможності на внутрішньому ринку, тому експорт товарів та послуг стає визначальним чинником розвитку українських підприємств, особливо, у видобувних і обробних галузях промисловості, а також в агропромисловому і енергетичному комплексах країни. Однак використовується він, на жаль, не на достатньому рівні і малоефективне.

Значні експортні можливості України підтверджуються тим фактом, що в 2009 році Україна здійснювала зовнішньоторговельні операції з партнерами з 213 країн світу, а обсяги зовнішньої торгівлі в 2009 році складали більше 67 млрд. дол. США, хоча спостерігалося негативне сальдо у зовнішній торгівлі товарами – близько 6 млрд. дол. США [1].

Зовнішньоторговельний оборот в 2009 рік зменшився майже в 2 рази в порівнянні з 2008 роком. Зменшення обсягів експорту товарів в 2009 році, в першу чергу, пов'язано із зменшенням експорту продукції металургійного комплексу, продукції машинобудування, мінеральних продуктів, продукції хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості.

Зменшення обсягів експорту товару в 2009 році в порівнянні з 2008 роком було обумовлено зниженням обсягу експорту продукції металургійного комплексу – більше ніж в 2 рази (на 13 млрд. 949 млн. дол. США), продукції машинобудування в 1,6 рази або на 4 млрд. 17 млн. дол., мінеральних продуктів – в 1,6 рази (на 2 млрд. 361 млн. дол. США), продукції хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості – в 2,1 рази (на 3 млрд. 570 млн. дол. США), продукції легкої промисловості – в 2,4 рази (на 938,7 млн. дол. США) [2]. Це було зумовлено як падінням цін на чорні метали (майже на 40%), так і зменшенням фізичних обсягів поставок чорних металів (на 27.8%) внаслідок обвального падіння зовнішнього попиту. Обсяги експорту машинобудівної продукції, сягнувши своєї максимальної позначки в III кварталі 2008 року (3.3 млрд. дол. США), у IV кварталі повернулися на рівень I кварталу (2.4 млрд. дол. США) [3].

Найбільший вплив на такий несприятливий результат спричинив, насамперед, незадовільний стан торгівлі з Росією, де за вказаний період спостерігається від'ємне сальдо у взаємопоставках товарів в розмірі більше ніж 4,5 млрд. дол. США

Результати 2009 року підтвердили прогноз ДП «Держзовнішінформ» про від'ємний торговий баланс України та про коефіцієнт покриття експортом імпорту на рівні 0,87 [4]. Як свідчать дані, зберігся загальний рівень активності імпорту при мінімальному експорті. Основною причиною такого розвитку було деяке погіршення кон'юнктури ринків за рахунок зниження цін на фоні збільшеної пропозиції.

За прогнозами Світового банку, найближчим часом кількість протекціоністських заходів в світі буде збільшуватись, а це, в свою чергу, може призвести до скорочення зовнішньої торгівлі, що є небезпечним для України, яка в основному експортує металургійну продукцію та сільськогосподарські товари.

Розвиток експорту високотехнологічної продукції є значним резервом збільшення експорту. Слід зазначити, що високотехнологічна продукція – найбільш екологічна і найбільш трудомістка, що забезпечує ріст виробництва без додаткового навантаження на екосистему та забезпечить створення додаткових робочих місць.

Таким чином, існує нагальна необхідність збільшення обсягів експорту продукції високотехнологічних галузей економіки України (машинобудування, в т.ч. енергетичного та сільськогосподарського, літакобудування, двигунобудування, суднобудування, а також експорту послуг, зокрема - проектування та будівництва нафтогазопроводів, залізниць, ліній електропередач тощо).

Література

1. Зовнішня торгівля України товарами за 2009 рік. Експрес-випуск від 15.02.2010 №27 [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України // Режим доступу до матер.: http://www.ukrstat.gov.ua

2. Зовнішня торгівля України товарами та послугами в січні-червні 2009 року [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України: державна підтримка українського експорту // Режим доступу до матер.: http://www.ukrexport.gov.ua

3. Платіжний баланс і зовнішній борг України, 2009 [Електронний ресурс] / Національний банк України. // Режим доступу до матер.: http://www.bank.gov.ua

4. Товарный монитор Украина, июнь 2009. Торговый баланс [Електронний ресурс] // ДІАЦ «Держзовнішінформ» // Режим доступу до матер.: http://www.ukrdzi.com

ВАЖЛИВІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сергієнко Ю.С., магістрант ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: д.е.н., професор Михайлова Л.І.

Збутова стратегія будь-якого підприємства пов'язана безпосередньо з маркетинговою діяльністю. Система збуту товару - одна з найважливіших у маркетинговій політиці підприємства. У збутовій політиці маркетологи торкають питання вибору найбільш оптимального каналу збуту, методу збуту товару, що при ефективному використанні безсумнівно збільшить прибуток компанії.

Реалізація продукції підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках відбувається переважно з використанням посередників, що в більшості випадків є негативним для товаровиробників. Задача збутової стратегії полягає в оптимізація каналів збуту продукції, визначені ефективності від використання посередників, багаторівневих каналів реалізації.

Найважливішим елементом збутової стратегії та маркетингової діяльності є реклама продукції та виробника (посередника). Сьогодні актуальність реклами не викликає сумніву, тому що вона відіграє ключову роль у розвитку ринкової економіки і є її важливим елементом. Якщо виробника позбавити такого ефективного зв'язку зі споживачем, яким є реклама, то він перестане вкладати гроші в удосконалювання старих і створення нових товарів. Фраза «реклама – двигун торгівлі» повністю виражає функцію реклами: передачу інформації про товар, знайомство з ним потенційних покупців, переконання його в необхідності придбання товару. В сучасних умовах всесвітньої глобалізації сучасним підприємствам необхідно звертатися до сучасних методів просування та реалізації продукції.

Інтернет – напевно, най значиміше відкриття людства останнім часом. Головний плюс, який має Інтернет-реклама в порівнянні з останніми способами рекламних звернень, полягає в тому, що Інтернет - це віртуальне середовище, що зібрало в єдине ціле масиви інформації буквально про всі види додаткових знань людства. Саме через свої всеохоплюючі властивості, Інтернет по праву став першим в списку носіїв інформації, витіснивши з провідних місць теле- та радіомовлення, а Інтернет реклама обіцяє стати способом сповіщення людей, самим жаданим і дієвим, про торгівельну марку, товари або послуги. Вже зараз по економності та ефективності Інтернет-реклама обійшла теле та радіорекламу і вкладення грошей в неї збільшується з кожним днем.

Згідно останніх досліджень, на сучасному ринку інтенсивно зростає частка інтернет-реклами та інтернет-магазинів, які займаються поставкою продукції не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринку, оптовим та дрібним споживачам. Переваги використання даного методу реалізації продукції не тільки у всеохопленості світового ринку, а й в можливості безпосереднього контакту зі споживачем, що дає можливість максимально ефективно аналізувати вимоги і побажання споживачів. Найбільші підприємства вже почали звертати увагу на ринок, що прогресивно розвивається. За останній рік обсяг в Україні витрат на інтернет-рекламу збільшився на 20%, що свідчить про необхідність підприємств звертати більшу увагу до цього засобу реклами. Крім того використання інтернет-послуг дає можливість, за допомогою сучасних технологій, кожному товаровиробнику швидко знайти «свого» споживача.

Слід зазначити й на те що, використання інтернет-ринку дає можливість полегшити пошук споживачів та постачальників, посередників, міжнародних партнерів, а саме, за допомогою використання сучасних програм, таких як «Парсер». Програми на кшталт цієї слугують для пошуку, збору інформації, а саме головне формування необхідної інформації відповідно до вимог замовника. Пошук даних, необхідних для оптимізації збутової стратегії, скорочується до мінімуму, необхідну інформацію можна отримати майже миттєво.Вітчизняним підприємствам, які прагнуть найефективніше і найоперативніше задовольняти потреби споживача, необхідно звертатися до сучасних технологій і йти у відповідності зі світовими темпами, звертати увагу на можливість впровадження інтернет-послуг, що безперечно забезпечить довгострокове, ефективне функціонування підприємства.

Список використаної літератури:

1. Prinfo – Энциклопедия рекламы и маркетинга // http://www.prinfo.ru
2. Езерский Е. Некоторые технические особенности Интернет-рекламы // http://www.reklamaster.com.
3. Кондратюк Н. Развитие украинского рынка Интернет-рекламы // http://www. ad vertology. ru
4. //http://e-commerce2000.blogspot.com/

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЇХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Северин Ю.С., студ.5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

Ускладнення економічних процесів на світовому, національному, регіональному та локальному рівнях виробничогосподарських систем, а також нестабільність товарних ринків та мінливість споживчих уподобань, зумовлюють необхідність розробки нових корпоративних механізмів адаптації та досягнення економічних результатів як в довгостроковій, так і в короткостроковій перспективі. Саме розробці практично придатного аналітичного інструментарію управління вітчизняними підприємствами і присвячений матеріал у цій роботі.

Останнім часом в Україні здобувають розповсюдження новітні методики та системи планування, економічного аналізу, які "імпортуються" науковцями із-за кордону. Сьогодні ми можемо говорити про існування явища "модних методик" у середовищі бізнеспрактиків, які на тому чи іншому етапі розвитку вітчизняної науки визнаються "панацеєю" від поточних проблем вітчизняних підприємств. У якості прикладу можемо навести спроби впровадження бізнесмоделювання на певних інформаційних платформах, BSC планування, поширення інструментарію управління вартістю бізнесу тощо.

Визнаючи прогресивність усіх перерахованих підходів, методик і моделей, хотіли б відзначити тільки відсутність українських аналогічних розробок, "механіцизм" у використанні світового досвіду управління підприємствами, існування значного розриву між вітчизняною наукою та практикою господарської діяльності. Фундаментальні здобутки у сфері визначення та управління результативністю діяльності підприємств були отримані у дослідженнях В. Паретто, Е. Барона, Питера Ф. Друкера, Ф.А. Хайєка, М. Алле, К. Куросави, А. Лоурола, Б. Гоулда, Д. Скотт Сінка, В.В. Прядко, В.Я. Хрипача, А.Б. Борисова та ін.

Слід відзначити, що використовуваний сьогодні апарат економічних розрахунків у переважній більшості має функціональну обмеженість, тобто фінансові, маркетингові, управлінські, економічні чи технічні розрахунки у бізнесі мають порівняно невелику кількість алгоритмів інтеграції, базуються на використанні специфічних показників та умовних (спеціальних) одиниць виміру. У якості підтвердження вкажемо на майже повну відсутність математичних алгоритмів перерахунку якості сформованої структури капіталу підприємства у його ринкову частку чи вартість для споживача, хоча слід визнати, що саме конструювання показника "економічна додана вартість" частково дозволяє вирішити вказане завдання.

Безпосереднє визначення розміру витрат, технічних параметрів обладнання, як правило, відносяться до компетенції технічних служб на вітчизняних підприємствах, а економічні підрозділи беруть ці параметри до уваги у вигляді обмеженої кількості вартісних індикаторів. Саме тому досить часто на українських підприємствах спостерігається ситуація недостатньо повного обґрунтування проектів придбання тих чи інших верстатів, технологічних ліній, відкриття філій тощо.

Метою підготовленої публікації є розвиток теоретичних засад оцінки інвестиційної привабливості бізнес проектів різного роду на основі аналітичних інструментів аналізу результативності діяльності підприємств. Розкладаючи тернарну систему логічних конструктів визначення результату економічної діяльності "інформація, ресурс, час", нами отримано технологію дуалізації базових зв'язків з наступним їх переведенням у єдину аналітичну систему. Отже, отримана можливість оцінки однієї зі складових системи через два інші, у тому числі й інформаційних чинників через рівень використання ресурсних і часових факторів економічної діяльності.

Вказаний підхід передбачає створення шести коефіцієнтних систем аналітичних співвідношень оцінки результативності: ефективність, технологічність, доцільність, інтенсивність, швидкість і своєчасність.

На основі використання розробленого методичного інструментарію можливе включення до сфери економічних розрахунків інформаційно-інтелектуальних факторів діяльності підприємств. Саме використання таких інформаційно- та споживчо-орієнтованих інструментів оцінки дозволить говорити про формування чи забезпечення інвестиційної привабливості підприємств за сучасних умов діяльності, за умов, коли ключову роль відіграє його інноваційний потенціал, рівень використання інтелектуального капіталу тощо.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Химченко О.В., студ. 5 курсу ФМ,спец."Менеджмент організацій"
Науковий керівник: к.е.н., доцент Дубовик С.Г.

Дослідженням конкуренції займаються вчені вже досить довгий час, при цьому існує багато поглядів щодо конкуренції, і це поняття змінювалось в залежності від трансформаційних процесів в економіці. З першу в основу сутності терміну конкуренція було покладено поняття – суперництво. У сучасному сприйнятті суперництво розглядають лише як ознаку поводження якогось об'єкту, в той час як конкуренція характеризує модель ринку, за допомогою якої виникає можливість передбачати поведінку цього об'єкту на конкретному ринку. Саме це покладено в основу дослідження поведінки конкурентів та механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Рішенням цієї проблеми займаються багато вчених-економістів, однак в порівнянні з конкурентоспроможністю дослідження конкурентостійкості, в сучасних умовах постійного посилення конкуренції, є більш актуальним. Це пов'язано з підвищенням швидкості динамічних економічних процесів в Україні, невизначеністю та мінливістю як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ підприємства.

В сучасних умовах розвитку економіки України, дослідження та забезпечення конкурентоспроможності підприємства є не лише важливою проблемою, але й стає об'єктивно необхідною. Однак, останнім часом у наукових публікаціях все частіше зустрічається такий термін як конкурентостійкість, який найчастіше використовують лише як синонім конкурентоспроможності, що на нашу думку є дещо неточним.

Метою даної публікації є уточнення поняття «конкурентостійкість» підприємства, визначення змістовного зв'язку між поняттями «конкурентоспроможність» та «конкурентостійкість».

Тридід О.М. стверджує, що: «Під конкурентностійкістю підприємства мається на увазі здатність підприємства в порівнянні з конкурентами протистояти дестабілізуючому впливу факторів зовнішнього середовища». Науковець досить точно визначає конкурентостійкість підприємства, оскільки саме це поняття характеризує два напрямки: участь у конкурентній боротьбі та стійкість підприємства.

Однак на думку автора даної роботи конкурентостійкість залежить не лише від факторів зовнішнього оточення. Оскільки зміни у внутрішньому середовищі підприємства також можуть мати негативні наслідки. Тому, стійкість підприємства повинна протистояти факторам як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства. З огляду на це, виникає необхідність розглянути поняття стійкості підприємства.

Стійкість підприємства – це комплексне економічне поняття, яке характеризує такий стан, при якому: по-перше, підприємство функціонує навіть в кризових умовах, що забезпечується його ефективністю; по-друге, підприємство не лише здатне вчасно реагувати на негативний вплив, але й має можливість адаптуватися до змін навколишнього середовища. Тоді, конкурентостійкість можна визначити, як здатність підприємства не лише забезпечувати конкурентоспроможність, але й, підтримувати цей стан, як в умовах впливу негативних чинників, так і при трансформуванні загальної ситуації на даному сегменті ринку.

Таким чином, конкурентостійкість підприємства – це комплексна економічна категорія, яка характеризує ефективність функціонування підприємства в умовах конкуренції у довгостроковій перспективі та визначається (забезпечується) трьома складовими: 1) конкурентоспроможністю підприємства; 2) економічною безпекою підприємства; 3) економічною ефективністю.

Відмітимо, що всі три складові конкурентостійкості підприємства, не зважаючи на тісний взаємозв'язок та взаємозалежність, мають різні функціональні завдання.

Так, конкурентоспроможність підприємства визначає реальну та потенційну здатність підприємства шляхом ефективного використання свого потенціалу виробляти та збувати конкурентоспроможні товари (послуги). Однак конкурентоспроможність – це поточна характеристика підприємства, на відміну від конкурентостійкості, яка визначає стан підприємства у довгостроковій перспективі.

Економічна безпека має забезпечувати підприємству стан рівноваги та стійкості, що дає можливість ефективно функціонувати та реагувати на вплив зовнішнього та внутрішнього середовища системи протягом тривалого часу.

Економічна ефективність є обов'язковою складовою конкурентостійкості підприємства, оскільки без наявності ефективності неможливе забезпечення двох попередніх складових.

Важливим аспектом ефективності є здатність протидіяти факторам як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства. Так, оптимальне використання потенціалу підприємства дає можливість досягнення рівноважного стану, а ефективність вчасних дій керівництва забезпечує стійкість системи.

Конкурентостійкість підприємства за своєю сутністю характеризує здатність підприємства ефективно функціонувати, навіть під впливом негативних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, в умовах жорсткої конкурентної боротьби протягом тривалого часу.

ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ.

Попик Т.Є., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Клєцова Н.В.

На сьогодні є безліч способів просування товару на зовнішні ринки. Кожна фірма старається йти попереду за новітніми технологіями, та новітніми послугами, що відкриватимуть широкий спектр можливостей, для покращення стану на підприємстві.

Під просуванням товару варто розуміти діяльність підприємства, спрямовану на стимулювання попиту на вироблену продукцію і на формування позитивного іміджу підприємства.

До основних функцій просування необхідно віднести:

1. Створення певного образу продукції і формування інтересу до неї;
2. Інформування про параметри товарів, ціну, інноваційність, місця їхнього придбання;
3. Допомога в знайомстві з новим продуктом, підтримці популярності тих, що вже існують;
4. Забезпечення зацікавленості учасників каналу руху товару;
5. Обґрунтування ціни.

Основною проблемою у розвитку ЗЕД будь-якої країни та і України в цілому є формування збалансованої і вигідної структури експорту та імпорту товарів (послуг). Відомо, що міжнародний обмін товарами (послугами) є лише тоді економічно вигідним для держави, коли вона витрачає на виробництво одиниці експортного товару менше сировини, енергії та праці, ніж на закупки аналогічного імпортного товару. У зв'язку з цим не випадково, що жодна країна у світі, навіть економічно надпотужна, не намагається забезпечити власне виробництво абсолютно всіх необхідних для суспільства товарів - від голки до космічного корабля. Це вдається успішно забезпечувати завдяки участі країн у міжнародному розподілі виробництва товарів (послуг) при значно менших соціально-економічних витратах. Ось чому, для прискорення соціального та економічного розвитку будь-якої держави необхідно нарощувати масштаби зовнішньоторговельного обороту.

У зв'язку із зростанням виробництва і посиленням міжнародної взаємозалежності держав на світовому ринку великого значення набуває міжнародний маркетинг. Це - форма маркетингу, яка полягає в організації системи управління виробничо-збутовою діяльністю з урахуванням економічної ситуації у світі, тенденцій інтернаціоналізації світового господарства, стосунків між різними країнами та особливостей зовнішньоекономічних відносин. Маркетинг є важливим каталізатором зовнішньоекономічного співробітництва. Серед організацій, що цим займаються, слід виділити міжнародні і національні маркетингові об'єднання, міжнародний маркетинг товарів і послуг за межами країни.

Проведена маркетингова діяльність по вивченню конкурентів ставить за ціль встановлення головних конкурентів компанії на ринку, виявлення їх слабких і сильних сторін, одержання інформації про фінансове положення конкурентів, особливостях виробничої діяльності, управління.

При проведенні маркетингових досліджень по пошуку найбільш ефективних засобів просування товарів на ринок керівництво компанії визначає, яка система стимулів дозволить зацікавити оптовиків у закупівлі більш значних партій продукції.

Для того щоб зацікавити даного споживача слід визначити керівництву компанії щодо реклами. Найбільш ефективні засоби впливу на спожиграфиквача, підвищення його інтересу до продукції.

Метою будь-якого виду реклами є привернути увагу споживача до продукції, показати йому всі її позитивні якості та виробничі потужності. Будь-яка продукція, навіть високоякісна, потребує реклами. Тому потрібно як слід представити даний товар споживачеві щоб він його хотів одразу ж купити.

Тому для покращення фінансового стану та просування продукції підприємства на зовнішні ринки має здійснюватись з врахуванням усіх особливостей, тому для успішного експорту необхідно реагувати на запити місцевого ринку, частіше брати участь у різноманітних семінарах, конференціях, тендерах, активно використовувати інші заходи маркетингових комунікацій. Брати участь у проведенні виставок, ярмарок де можна показати свій товар на світовому ринку. Для розширення ринків збуту і асортименту експортованої продукції, підвищення середньо реалізаційних цін на експортну продукцію, дозволить підприємству отримати додаткові грошові кошти, а рентабельність експортних операцій буде значно перевищувати рентабельність внутрішніх поставок. Це дозволить нести менші витрати на виготовлення продукції.Розроблені заходи щодо вдосконалення системи просування продукції на зовнішні ринки та підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

- Введення до відділу ЗЕД спеціалістів з досвідом роботи на зовнішніх ринках;
- Розширення асортименту експортних поставок продукції;
- Впровадження системи мотивації дилерів до виконання річних планів закупівлі.

Отже, вихід підприємства на зовнішні ринки з просуванням продукції засвідчує його високу ефективність та конкурентоздатність. Потрібно завжди працювати над розробкою нових підходів конкурентоздатної і високотехнологічної продукції, для покращення фінансової стабільності та збільшення розвитку продукції на зовнішніх ринках.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ

Поліщук В.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

У наукових колах країн пострадянського простору визначено два рівні методології досліджень: загальний і спеціальний, на яких базується методологія державного управління. Загальна методологія базується на застосуванні загальнонаукових методів пізнання: спостереження і систематизація, аналіз і синтез, індукція і дедукція, абстракція і логіка, аналогія і моделювання тощо. Це пояснюється тісним органічним зв'язком будь-якого об'єкта пізнання з вирішенням загальнотеоретичних, філософських питань. Спеціальна методологія спрямування на дослідження в окремих галузях науки ґрунтується на законах цих наук та проявляється через застосування спеціальних емпіричних методів дослідження: економіко-статистичних, інформаційно-аналітичних, фінансово-бухгалтерських, документального і фактичного контролю законодавчо-правового аналізу тощо.

У більшості праць таких науковців, як В. Бакуменко, В. Князєв, Ю. Сурмін, С.І. Бандур, Т.А. Заяц, І.В. Терон, В. Баштанник, Є. Суліма, С. Ожегов, Н. Шведова, М.М. Свердан, М.Р. Свердан методологія розглядається як вчення про науковий метод пізнання, який використовується з дотриманням певної послідовності дослідження, починаючи з постановки мети й завершуючи оцінкою ефективності результатів даного дослідження. Саме такий підхід ми поклали в основу розробки методології дослідження проблем державного управління зовнішньоторговельною діяльністю.

Узагальнити теоретичні підходи до висвітлення сутності терміна "методологія" можна через його структуризацію за такими основними елементами: мета, об'єкт, предмет, суб'єкт, завдання, механізми та результати, які знаходять своє вираження через інші сталі складові наукового пізнання: наукову гіпотезу, наукову концепцію, закони та програми. Спираючись на вищевикладене, конкретизуємо методологічні підходи до процесу державного управління зовнішньоекономічною діяльністю. Основними функціями державного управління є регулювання і контроль, визначимося з основними складовими методології державного регулювання і контролю у сфері зовнішньої торгівлі.

Перш за все зазначимо, що мета державного управління зовнішньоторговельною діяльністю – це оптимізація впливу держави на протікання зовнішньоторговельних відносин для їх активізації, підвищення економічної ефективності та забезпечення захисту економічних інтересів держави в умовах інтернаціоналізації економіки. Але вплив держави на зовнішньоторговельну діяльність можна розглядати з різних поглядів: державного управління, правового забезпечення, економічної ефективності, статистичної результативності тощо.

Для досягнення поставленої мети слід виконати такі завдання:

– опрацювати теоретико-гносеологічні положення формування і здійснення державної зовнішньоторговельної політики держави в різні історичні періоди;

– вивчити та узагальнити практику державного управління ЗЕД у різних країнах світу для застосування позитивного досвіду в Україні;

– дослідити вплив економічних, правових, фінансових та інформаційно-аналітичних механізмів державного управління зовнішньоторговельними операціями на показники ефективності економічної діяльності країни;

– розкрити порядок і особливості дії економічних та адміністративних механізмів державного регулювання у сфері зовнішньої торгівлі в умовах входження України до світової організації торгівлі;

– провести аналіз законодавчо-нормативних документів з регулювання і контролю зовнішньоторговельних операцій та визначити основні напрями їх удосконалення та адаптації до міжнародних стандартів;

– розробити пропозиції з удосконалення організаційно-управлінського механізму державного управління у сфері зовнішньоторговельної діяльності;

– визначити шляхи забезпечення економічної безпеки держави при зовнішньоторговельних операціях.

Стосовно суб'єктивної складової, зовнішньоторговельна діяльність передбачає наявність як мінімум двох груп суб'єктів, що мають безпосереднє відношення до зовнішньоторговельного процесу: по-перше, це суб'єкти зовнішньоторговельних відносин, представники підприємницької діяльності, які безпосередньо здійснюють торговельні відносини, та державні органи, котрі управляють даним процесом; по-друге, це суб'єкти державного регулювання, що представлені органами державного управління у сфері зовнішньоторговельної діяльності.

Отже, зовнішньоекономічна діяльність може одночасно виступати і предметом дослідження, якщо ми будемо розглядати її в контексті світогосподарської діяльності, й об'єктом, якщо в її межах ми більш глибоко досліджуватиме зовнішньоторговельні відносини. При цьому об'єкт визначає напрям дослідження, його загальні обриси, а предмет конкретно вказує, який саме аспект із зазначеного підлягає вивченню. Зважаючи на те, що державне управління зовнішньоторговельною діяльністю є

достатньо складним і багаторівневим процесом, що стосується багатьох аспектів, то і об'єкт, і предмет, і суб'єкт даного дослідження – поняття складні та неоднозначні.

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗЕД В УКРАЇНІ

Распопов Т., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

Зовнішньоекономічна діяльність, тобто міжнародний обмін товарами й послугами, належить до числа найбільш давніх форм міжнародних відносин. До неї також належать рух капіталу, міжнародна міграція робочої сили, міжнародні валютні відносини. Виходячи з економічної доцільності, держава планує свою зовнішньоекономічну діяльність, яка відіграє важливу роль у розвитку економіки будь-якої країни (й України зокрема). Вона створює умови для економії витрат в економіці або в окремих її галузях. Плани зовнішньоекономічної діяльності націлюють на встановлення й розвиток взаємовигідних зв'язків з країнами світу. Вони мають всебічно враховувати переваги, які випливають з міжнародного розподілу праці в інтересах розвитку економіки, технічного прогресу та підвищення рівня життя народу.

Серед комплексу невідкладних завдань щодо забезпечення ефективного включення України у світове господарство і міжнародне співробітництво першочергове значення має формування механізму зовнішньоекономічних зв'язків, тобто його теоретична розробка та практичне втілення в життя. При цьому йдеться про створення фактично нового механізму, який має регулювати взаємовідносини України з навколишнім світом на принципово нових ніж раніше засадах, тепер уже як самостійного суб'єкта міжнародних економічних відносин.

У плані розвитку зовнішньоекономічної діяльності визначаються номенклатура й обсяги основних товарів, які мають змінити товарну структуру експорту та імпорту, головні напрями розвитку зовнішньоторгового обороту по окремих країнах, обсяг технічного й економічного сприяння країнам, які розвиваються, характер і обсяги кредитних операцій. Під час розробки планів проводяться розрахунки економічної ефективності зовнішньоторговельних операцій, експорту, імпорту та сумарного економічного ефекту відповідно до методики визначення економічної ефективності зовнішньої торгівлі.

Під механізмом зовнішньоекономічних зв'язків слід розуміти сукупність конкретних форм зв'язків, а також систему правових, організаційно-управлінських та фінансово-економічних важелів, які забезпечують ефективну взаємодію національних народногосподарських структур із світовими як на макро-, так і мікрорівнях, з метою прискорення розвитку продуктивних сил країни та підвищення соціально-економічних показників життя її громадян. Виходячи з принципів міжнародного поділу праці, геополітичного становища України, характеру розвитку її продуктивних сил, існуючих науково-технічного та ресурсного потенціалів, механізм зовнішньоекономічної діяльності, що формується в країні, повинен забезпечити реалізацію головної стратегічної мети в сфері зовнішньоекономічної політики - інтеграцію народногосподарського комплексу України у світову господарську систему, що передбачає досягнення таких цілей:

- формування повноцінної ринкової системи господарства, яка базувалася б на загальноприйнятих у світовій практиці принципах, нормах та економічних механізмах; використання можливостей світового ринку для структурної перебудови національного господарства;
- перетворення зовнішньоекономічної сфери в активний фактор динамічного та високоефективного економічного зростання.

Зовнішньоекономічна діяльність України має бути такою, щоб експорт та імпорт товарів і послуг відповідали стратегічним інтересам держави й були економічно вигідні для власних виробників, а відрахування до державного валютного фонду забезпечували покриття загальнодержавних потреб і сплату внутрішнього та зовнішнього боргу України.

Принципова структура інституцій, які управляють зовнішньоекономічною сферою, і в промислово розвинутих країнах, і в країнах, що розвиваються, приблизно однакова. До неї звичайно входять кабінет міністрів, міністерство зовнішньої торгівлі або зовнішньоекономічних зв'язків, митні органи (управління), центральний банк, експортно-імпортний банк, центральне статистичне управління (міністерство), міністерство закордонних справ, податкові відомства

Складні проблеми, які стоять перед економікою України,— це дефіцит бюджету, заборгованість підприємств по платежах у бюджет, що є результатом незбалансованості податків, а також тіньової економіки. Необхідно здійснювати заходи щодо виведення України з глибокої кризи, серед яких важливе місце посідає всебічна підтримка вітчизняного товаровиробника й національного виробництва.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Поденежна С.С., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Турчіна С.Г.

Особливо гостро постає питання управління інноваціями на підприємствах при їх виході на зовнішній ринок, адже конкуренція на ньому є неможливою без чітко спланованих стратегій та сформованого керівного апарату.

Дослідженням інноваційних процесів та напрямкам їх управління приділялася увага такими відомими вченими-економістами як: І.О.Павленко, Н.М.Сіренко, О.С.Сухарєв, Р.А.Фатхутдінов та ряд інших.

Інновацією називають прибуткове втілення й використання нововведень у вигляді впровадження новітніх продуктів і послуг, нанотехнологій, комплексу нових управлінських організаційно-технічних та соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру. Інновації представляють собою практичне втілення нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процесі виробництва з метою їхньої комерційної реалізації для максимального задоволення певних потреб споживачів. Забезпечення ефективного інноваційного процесу полягає в ефективній організації його складових, створення конкурентоспроможної інноваційної продукції, технологій.

Основоположник інноваційної теорії австрійський економіст Й. Шумпетер трактував інновацію як будь-яку можливу зміну, що здійснюється внаслідок прийняття нових або ж вдосконалення існуючих рішень технічного, технологічного чи організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції.

Інноваційний процес – сукупність науково-технічних, технологічних і організаційних змін, що відбуваються у процесі реалізації інновацій; процес послідовного перетворення ідеї на товар, що проходить етапи фундаментальних, прикладних досліджень, конструкторських розробок, маркетингу, виробництва, нарешті, збуту, − процес комерціалізації технологій. Інноваційний процес включає в себе декілька взаємопов'язаних фаз, таких як: створення (винаходу), освоєння та розповсюдження інформації.

Метою інноваційного процесу є підвищення ефективності господарської діяльності шляхом оновлення технологій, товарів, управління та інших складових організаційної системи.

Для забезпечення сприйняття інновацій керівництво повинно слідкувати за: оптимальним співвідношенням характеристик впроваджуваних інновацій; об'єктом інновацій; рівнем радикальності; рівнем адаптивності інновацій; формою їх сприйняття; рівнем цілісності та/або відокремленості інновацій у процесі їхнього впровадження.

При здійсненні управління інноваційним процесом необхідно враховувати його системність та базовість його інноваційного потенціалу. Це дає можливість підприємству раціонально оцінити необхідність і вартість можливих нововведень, строки їх залучення у виробництво, масштаби подальшого внутрігосподарського розвитку, що зменшить можливість виникнення ризиків.

Історичний досвід розвинутих країн підтверджує важливість розвитку інноваційної сфери в економічному житті суспільства. У сучасних умовах роль і місце окремих країн у світовій економіці визначається не лише розміром і кількістю матеріальних, людських і фінансових ресурсів. Головним чинником, що впливає на розвиток окремих галузей і економіки в цілому, є стан інноваційної сфери, розмір інвестицій та ступінь реалізації існуючого науково-технічного потенціалу.

На державному рівні управління виглядає як: формування та реалізація єдиної державної інноваційної політики, використання механізму державних цільових програм із найбільш важливих напрямків розвитку, сприяння залучення додаткових джерел фінансування наукових досліджень і впровадження інновацій, формування системи освоєння інновацій і сприяння її функціонуванню, забезпечення правової охорони та захисту інтелектуальної власності та інше.

Наукова та інноваційна діяльність в Україні поки що не утворюють технологічної єдності, тому інновації не завжди є продуктом творчої віддачі національного інтелектуального капіталу. Вітчизняні підприємства у своєму розвитку досить часто використовують іноземні науково-технологічні розробки, тоді як українська наука значною мірою обслуговує потреби іноземних інвесторів. Саме тому управління інноваційним процесом частіше є не управлінням створення нових товарів, а лише правильним залученням, розстановкою та використанням уже існуючих, але зовсім новим чином.

Отже, інноваційних успіх майже завжди починається із ефективного управління. Завдячуючи правильно обраним стратегіям залучення чи розробки інновацій, можна досягти більш повного використання вигод від нових розробок та скоротити час і затрати на виготовлення будь-якої продукції. З боку підприємства необхідним є постійний контроль за використанням інновацій та внесення коректив у процес виробництва для зростання рівня конкурентоспроможності, особливо якщо воно є учасником зовнішньоекономічних відносин.

ОБГРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Побатова О.В., студ. 4 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник к.е.н., доцент Клєцова Н.В.

У зв'язку з глобалізаційними процесами в економіці і посиленням конкуренції на внутрішніх ринках дедалі більше підприємств починають шукати шляхи виходу на зовнішні ринки, які представляють собою недосліджене поле дії, надзвичайно складне утворення, що характеризується значною місткістю, що створює значні перспективи для підприємств, де воно зможе реалізувати власний потенціал. Для того, щоб підприємство зважилось на такий рішучий крок, повинні бути дуже вагомі мотиви.

Основною метою, з якою підприємства виходять на зовнішні ринки, є максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу. Зазначимо, що основними мотивами виходу українських підприємств на нові іноземні ринки, можна виділити такі:

- розвиток внутрішнього ринку (насиченість ринку товарами, посилення тиску конкурентів, особливо у питаннях якості, цін, витрат, розширення виробництва), через який вигідно вкладати капітал за кордоном;
- зростання залежності від посередницької торгівлі;
- подолання тарифних і нетарифних бар'єрів шляхом організації закордонного виробництва;
- активність конкурента і його успіхи на внутрішньому ринку змушують шукати власний сегмент за кордоном. Не в останню чергу це пов'язано з необхідністю підтримання свого іміджу на належному рівні;
- подолання залежності від внутрішнього ринку і "розсіювання" ризику шляхом завоювання іноземних ринків;
- зниження витрат на заробітну плату, сировину, транспорт, зменшення податкових виплат, зокрема за допомогою використання різних форм виробництва продукції за кордоном, включаючи навіть реімпорт із відповідними ціновими пільгами для внутрішнього ринку;
- можливість досягнення максимального зростання економії на масштабах при просуванні товарів на зовнішні ринки;
- прагнення отримати більший прибуток, ніж на національному ринку;
- підвищення престижу підприємства на національному ринку, як суб'єкта міжнародних економічних відносин.

Необхідно відмітити, що міжнародний ринок є надзвичайно складним утворенням, він має значну місткість, що створює великі перспективи для підприємств, але одночасно висуває й додаткові вимоги до маркетингу. Підприємство має забезпечити відповідність якості товару, упаковки, дизайну, реклами міжнародним стандартам, а виробничого комплексу – рівню сучасного науково-технічного розвитку [1, с. 85]. Політика щодо виходу підприємства на зовнішній ринок потребує специфічного підходу до підтримання конкурентоспроможності, дотримання принципів і методів маркетингу.

Для ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємство має розглянути обов'язкові умови такої діяльності:

- активна участь на зовнішніх ринках з постійним нарощуванням експортного потенціалу;
- зростання об'ємів господарської діяльності;
- постійний контроль за конкурентоспроможністю;
- контроль та удосконалення економічних зв'язків з партнерами.

Для цього особлива увага повинна приділятися вивченню питань як : зменшення собівартості товарів і послуг, тобто зменшення суми витратних статей, досконале вивчення попиту на ринках, підвищення продуктивності праці, своєчасне здійснення планування господарської діяльності, враховуючи прийняту стратегію на ринках. Окреслене коло проблем вимагає від керівника підприємства відповідних дій щодо удосконаленню організації зовнішньоекономічної діяльності. Серед основних можливих заходів по удосконаленню організації ЗЕД на підприємстві можна виділити наступні: створення окремого структурного підрозділу, що відповідав би за успішність ведення ЗЕД на підприємстві, маркетингові дослідження нових ринків за умови виходу на них; вибір партнерів для ведення зовнішньоекономічної діяльності шляхом збору необхідної інформації про них; проведення SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку підприємства та удосконалення механізму зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі відповідних законодавчих актів.

Таким чином, основними мотивами, які спонукають українські підприємства виходити на зовнішні ринки є максимізація прибутку і жорстока конкуренція на національному ринку. Вихід підприємств на іноземні ринки – це зазвичай тривалий та еволюційний процес. Багаторічний досвід як іноземних, так і українських підприємств, що роблять певні кроки в напрямку освоєння міжнародних ринків, показує, що систематичне, поступове набуття досвіду в зовнішньоекономічній діяльності – найкращий, а в багатьох випадках навіть єдиний шлях до стабільного успіху.

Література: 1. Мосьондз С.О. Сучасні тенденції становлення державної міграційної політики України // Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ України. - 2002. - № 4. - С.82-88.

ЄВРОЛОГІСТИКА ТА УКРАЇНА

Пилипкова А.С., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лісова Л.О.

Однією з важливих складових та підстав процесів євроінтеграції є єврологістика, тобто створення єдиної сучасної транспортно-логістичної інфраструктури країн-учасників Європейського союзу. З недавнім розширенням ЄС до 27 членів це завдання отримало новий значно ширший географічний формат. З іншого боку, транспортно-логістичні проекти Євросоюзу підійшли безпосередньо до українського кордону, в багатьох із них Україна вже нині бере активну участь. Саме цей аспект визначає актуальність даного наукового дослідження.

Наукові джерела та публікації з даної тематики все ще нечисленні, хоча останнім часом їх кількість збільшується, і ця тема стає, як кажуть, “на слуху”.Корисні в цьому контексті праці Бакаєва О.О., Новікової А.В.. Усе більше публікацій на цю тему з’являється в українських логістичних та транспортних журналах. Також слід зазначити значний внесок польських логістиків .

Транспортно-логістичні операції з доставки товарів завжди відігравали дуже велику роль у міжнародних господарських зв’язках, але через обмеженість у розвитку засобів транспорту і зв’язку, просторові масштаби основної маси таких операцій були невеликими і рідко виходили на трансконтинентальний або міжконтинентальний рівень.

Світовий ринок логістичних послуг, за результатами досліджень та розрахунків, нині характеризується не тільки великими обсягам та динамікою, а й просторовою структурою, в якій перевага належить країнам Західної Європи (зокрема ЄС) -27,5%, Північної Америки (зокрема США) - 26,7%, країнам Азійсько-Тихоокеанського регіону (зокрема Японії) - 19% .

Особливо значних успіхів у координації транспортно-логістичної стратегії досягли країни ЄС. Ця стратегія отримала назву єврологістики і розглядається як інфраструктурна основа та важлива складова процесу євроінтеграції. Курс на створення єдиної транспортно-логістичної системи знайшов відображення в усіх основних документах ЄС.

У проектах єврологістики Україні відводиться важливе місце через її надзвичайно вигідне транзитне положення. Це підтверджує найвищий серед країн Європи транзитний рейтинг. Національний ринок транспортно-логістичних послуг України виник разом із здобуттям незалежності і нині швидко розвивається. На ньому чітко вирізняються такі спеціалізовані сегменти: з міжнародних та внутрішніх експрес-перевезень, з комплексних перевезень майна, з міжнародних та внутрішніх перевезень вантажів. До значних українських транспортно-логістичних компаній належать Укрінтеравтосервіс, Рапід, Орлан-Транс, БМ–Транс, Транс–Пеле, Транс–Кінг та ін., які сконцентровані в найбільших транспортних вузлах України.

Активізація участі України в процесах єврологістики має бути спрямована на те, щоб значна частина цього транзитного потоку товарів пройшла через транспортну систему нашої країни, що може принести додатково до бюджету України 7 млрд. дол..

Визначаються наступні напрямки участі України у Європейській транспортно-логістичній інтеграції:

1) Пан’європейські транспортні коридори (ПЄК);

2) Трансконтинентальні транспортні коридори (ТКТК);

3) Пан’європейські транспортні зони (PETrA);

4) Міжнародні логістичні термінали (МЛТ).

З метою розширення європейської транспортної системи далі на схід було визначено 10 пріоритетних міжнародних транспортних коридорів (МТК). Україна займає особливе місце, адже через її територію проходять такі транспортні коридори, як:

а) МТК № 3: Берлін/Дрезден – Вроцлав – Львів – Київ;

б) МТК № 5: Трієст – Любляна – Будапешт (Братислава) – Львів;

в) МТК № 7 (водний по Дунаю): Відень – Братислава – Будапешт – Бєлград – Рені – Ізмаїл – Усть-Дунайськ;

г) МТК № 9: Гельсінкі – Санкт-Петербург – Мінськ – Москва – Київ – Одеса/Кишинів – Димитровград – Александруполіс.

На інтеграцію України в Європейську транспортно-логістичну систему, визначену як стратегічний напрямок розвитку держави, орієнтують такі державні документи: "Програма створення і функціонування національної мережі МТК в Україні" (1998), "Комплексна програма утвердження України як транзитної держави у 2001-2010 роках" (2001), "Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період і до 2020 року" (2001), а також "Програма формування мережі логістичних центрів у системі міжнародних транспортних коридорів України", що нині розробляється. Згідно цих документів визначена мета створення мережі ПЄК та ТКТК, яка передбачає розроблення територіальної схеми ПЄК та ТКТК в Україні та пропозиції щодо створення 45 логістичних центрів у системі міжнародних транспортних коридорів України.

ОБГРУНТУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Носок Є.П., студ. 4 курсу ФМ, спец. “Менеджмент ЗЕД”
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лісова Л.О.

Однією з особливостей XXI сторіччя є зростаюча економічна взаємозалежність усіх країн в умовах глобалізації, регіоналізації й диверсифікації товарних, фінансових, інвестиційних та інших ринків. Все це визначає специфіку та особливості зовнішньоекономічної діяльності, яка відіграє вирішальну роль у перебігу національних внутрішніх та посиленні міжнародних інтеграційних процесів, створенні передумов для нарощування темпів соціально-економічного розвитку. Нині проблема ведення зовнішньоекономічної діяльності є найскладнішою для товаровиробників як з точки зору умов торгівлі, так і постійно оновлюваних «правил гри» на світовому ринку. Особливо актуальним це питання є для підприємств промислового комплексу, керівники яких в першу чергу мають усвідомити необхідність активного та постійного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та загрозу припинення виробництва суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності, зокрема, Сумської області, що можуть стати неконкурентоспроможним при набутті повноправного членства України в СОТ. Недостатній рівень опрацьованості та суперечливості окремих наукових положень, а також відсутність досконалого механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності слід вважати основними причинами нестабільності та все ще низької ефективності цієї діяльності в промисловому комплексі Сумської області.

Головна мета держави в цих умовах полягає в розробці зовнішньоекономічної стратегії, визначенні напрямків розвитку експортного потенціалу, підтримці галузей промислового комплексу та підприємств в розвитку експортних виробництв.

Проблеми управління, регулювання та стимулювання зовнішньоекономічної діяльності України досліджувалися багатьма вченими. Вже впродовж тривалого часу приділяється значна увага дослідженню аспектів ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю, формуванню та використанню експортного потенціалу у працях Ф. Бутинця, І. Васіної, А. Вічевича та ін. Проте, теоретична і практична необхідність вирішення проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємствами регіону шляхом обґрунтування напрямів оптимізації міжнародного економічного співробітництва та удосконалення ринкової інфраструктури зовнішньоекономічної діяльності обумовлює доцільність проведення окремого дослідження.

Аналізуючи зовнішньоекономічну діяльність Сумської області протягом 2008-2010 рр., ми бачимо, що найбільші сталі контакти існують у взаємовідносинах області з країнами СНД та Європи, а зв’язки з країнами Афро-Азіатського регіону мають нестабільний характер і кількість країн-партнерів постійно коливається. Країни СНД залишаються основними споживачами продукції сумських підприємств, про що свідчить частка цих країн в експорті області. У торгівлі з більшістю країн область має позитивне сальдо. Експорт перевищує імпорт також у торгівлі з країнами Азії та Африки. Значне від’ємне сальдо, як і раніше, залишається у торгівлі з країнами Європи.

Російська Федерація залишається стратегічним партнером області у зовнішній торгівлі товарами. Спостерігається тенденція до постійного нарощування обсягів зовнішньої торгівлі з Росією, за винятком 2006 року. Це підтверджує і позитивна динаміка експорту товарів до цієї країни. Тенденцію порушив 2009 рік, але у 2010 році вона відновилась. Основу товарної структури експорту до Російської Федерації, як і в попередні роки, складали такі групи товарів: продукція тваринництва; продукція рослинництва; готові харчові продукти; мінеральні продукти; продукція хімічної промисловості; взуття; вироби з каменю, гіпсу, цементу; недорогоцінні метали та вироби з них; інше. Основу імпорту із Росії складали наступні товарні групи: жири та масла; готові харчові продукти; мінеральні продукти; продукція хімічної промисловості; полімерні матеріали; інше.

Традиційно до Російської Федерації продовжує надходити основна частина продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання.

З метою освоєння нових світових товарних ринків, підприємствами області була розширена номенклатура конкурентоспроможної продукції, сертифікованої у відповідності зі світовими стандартами. Активізувалась інноваційна діяльність. Пріоритетними напрямками були технологічна підготовка виробництва, дослідження та розробки, освоєння виробництв нових видів продукції.

Отже, важливим у розширенні географії зовнішньоторговельних партнерів є робота обласної державної адміністрації з торгово-економічними місіями іноземних держав, акредитованих в Україні, розвиток маркетингової діяльності, виконання підприємствами поглиблених досліджень товарного ринку, ринків збуту, конкурентного середовища, активізація виставкової та рекламної діяльності, допомога місцевим товаровиробникам у пошуку нових ринків постачань товарів, сертифікація продукції за міжнародними стандартами.

ФОРМИ ПРОЯВУ СИНЕРГІЇ ПРИ ПОГЛИНАННІ ТА ЗЛИТТІ КОМПАНІЙ

Непипенко В.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. "Адміністративний менеджмент"
Науковий керівник: доцент Гречаний В.М.

Основна причина реструктуризації компаній у вигляді злиття і поглинань полягає в прагненні отримати та посилити синергетичний ефект. А.Г.Грязнова і М.А.Федотова [1] відзначають, що синергія може проявлятися у двох напрямках:

- пряма вигода (збільшення чистих активів грошових потоків реорганізованих компаній). Додана вартість об'єднання формується за рахунок операційної, управлінської та фінансової синергії;

непряма вигода (збільшення ринкової вартості акцій об'єднаної компанії в результаті підвищення їх привабливості для потенційного інвестора. Інформаційний ефект від злиття в поєднанні з видами синергії, одержуваних у якості прямої вигоди, може викликати підвищення ринкової вартості акцій або зміна мультиплікатора Р І Е (співвідношення між ціною і прибутком).

Таким чином, при здійсненні операцій злиття і поглинань компаніями рухають різні мотиви. Американський економіст Байд досліджував мотиви, що стоять за 77 придбаннями в 1985 і 1986 рр. і повідомив, що операційна синергія була основним мотивом однієї третини поглинань. Російський фахівець в області теорі1 і практики злиття поглинань А. Маршак виділяє наступні базові цілі, які може переслідувати компанія в ході здійснення угод злиття-поглинання:

1) «Захисна» мета (пов'яэана э розширенням частки ринку і виходом на нові ринки, а також знешкодження Існуючих конкурентів, за рахунок поглинання);

2) «Інвестиційна» мета (необхідність оптимального розміщення вільних коштів, скупка недооцінених активів);

3) «Інформаційна» мета (поліпшення поінформованості про технологічні і економічні показники ринку за рахунок приєднання технологічного і людського комплексу компанії; що поглинається, рідше - інформація про переваги клієнтів, наприклад, за рахунок викупу дилерських мереж);

4) мета отримання переваг у конкурентних стратегіях (диверсифікація товарної номенклатури, відповідно, зниження ринкових ризиків, пов'язаних із динамікою попиту, скорочення часу виходу на ринки за рахунок придбання діючих компаній; вихід на ринки інших країн); угоди злиття та поглинання можуть бути використані як інструмент конкурентної стратегії для створення стійкого переваги, щоб підвищити бар'єри входу на ринок, для потенційних конкурентів;

5) «Цілі акціонерів» (залучення стратегічних інвесторів, особисте збагачення), окремі акціонери можуть мати свої інтереси.

Більш загальною є класифікація, запропонована в дослідженнях процесів злиття-поглинання, здійснених міжнародною консалтинговою компанією КРМО, відповідно до якої основні цілі, переслідувані компаніями при здійсненні операцій: максимізація ринкової вартості компанії, розширення частки ринку, розширення територіального «охоплення» ринку. Здійснене в 2001 р. дослідження КРМО показало, що основними мотивами для реалізації угод для міжнародних компаній є: максимізація частки ринку (29% від загальної сукупності компаній), доступ до нових територіальних зон господарювання (28%). У галузі телекомунікацій основним спонукальним мотивом для угод є розширення цільової аудиторії І ринку.

Слід зазначити, що на думку Т. Коупленда, Т. Коллера і Дж. Мурріна [2], саме синергетичні ефекти, які обіцяє об'єднання компаній, виступають критерієм "відсіву", на підставі якого відбираються найбільш підходящі кандидати на злиття або поглинання. На основі оцінки синергетичних переваг і буде встановлена максимальна ціна, якої стане дотримуватися компанія-покупець у своїй чітко спланованої стратегії переговорів.

Як приклад угоди по злиттю з проявом ефекту синергії можна навести дії одних з найбільших, на ринку телекомунікаційних послуг, корпорацій, російська "Альфа-групп" та норвежська "Telenor". 5 жовтня 2009 року вони оголосили про угоду об'єднання ЗАТ "Українські радіосистеми" (ТМ "Beeline"), що належить російському "Вимпилком" та українського ЗАТ «Київстар Дж. Ес. Ем.». Об'єднанні активи компаній передані у власність спеціально створеної компанії "VimpelCom Ltd.", котра зареєстрована на Бермудських островах зі штаб-квартирою в Амстердамі (Нідерланди). Українські телекомунікаційні оператори "Київстар" та "Beeline" почали процес інтеграції, який повинен остаточно закінчитись у 2013р. Стратегія оператора націлена на зміцнення лідерства в мобільному зв'язку, засноване на якості послуг, активний розвиток послуг передачі даних, надання комплексних телекомунікаційних рішень для корпоративних клієнтів, та підвищення ефективності об'єднаного бізнесу.

Література:

Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой., М.: Финансы и статистика, 2005. - С. 511.

Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. - М.: Олимп-Бизнес 2007. - 554 с.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК (на прикладі ТОВ АФ «Хоружівка» Недригайлівського району Сумської обл., с.Хоружівка)

Мельник Л.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД». гр. 0601 – 1
Науковий керівник: к.е.н., доцент Турчіна С.Г.

У сільськогосподарському виробництві організація управлінської праці здійснюється під прямим та опосередкованим впливом різних факторів, пов'язаних з характером розвитку суспільно-політичного ладу, формами власності, галузевою специфікою аграрного сектора економіки. Методологія її дослідження в АПК повинна враховувати специфічні особливості сільського господарства, які безпосередньо впливають на кількісні та якісні параметри управлінських циклів як об'єктивні чинники: непередбачений вплив природних явищ, сезонність технологічних процесів у рослинництві, наявність живих організмів з притаманними їм біологічними законами розвитку, значна тривалість окремих технологічних процесів, просторова розосередженість виробничих об'єктів, багатогалузевий характер виробництва, недосконала техніка і технологія, низький рівень соціально-побутової сфери .

Істотна особливість управлінської праці в аграрному виробництві також полягає в тому, що вона пов'язана з перетворенням інформації як специфічного предмета праці, тоді як діяльність працівників виробничих спеціальностей спрямована на численні предмети праці і пов'язана з перетворенням предметів праці у продукти споживання.

Праця в сфері менеджменту потребує спеціалістів більш високої кваліфікації і характеризується більшою складністю. Потрібно раціонально розподіляти управлінські роботи за складністю відповідно до кваліфікації виконавців, щоб одна людина не займалася справою, яку може виконувати інший, менш кваліфікований працівник, що займає менш оплачувану посаду.

Управлінська праця як різновид розумової праці характеризується слабкою фізичною енергоємністю і водночас високим рівнем використання енергії блоків пам'яті людини і психічною напруженістю. Тому слід більше приділяти уваги умовам, за яких відбувається процес управлінської праці, механізувати й автоматизувати її процеси.

Особливістю організації управлінської праці в сільськогосподарського виробництва є також її специфічно виражений творчий характер, пов'язаний з постійним пошуком і розв'язанням завдань, на які не завжди можна знайти відповіді, керуючись тільки досвідом .

Крім названих, дослідниками виділяються й інші специфічні особливості організації управлінської праці в аграрному секторі, які мають не менш важливе значення. Так, Гусєв А.Є. виділяє таку особливість, що відображає нинішній стан системи управління в сільському господарстві, як співіснування старих і нових форм і методів організації управління. Це підтверджується, на їх думку тим, що всупереч суті економічної реформи, що відбулась на селі - створити клас власників землі і майна, прищепити їм почуття хазяїна в їх ефективному використанні - державою дотримується лінія на відсторонення власників від управління справами підприємства. Також негативним вони вважають, що, хоча в сучасних умовах існує положення, за яким формування доходів структурних підрозділів підприємства знаходиться в залежності від кінцевого результату їх діяльності, проте визначення видатків на управління, чисельність персоналу управління орієнтується, як і раніше, на тенденції, які складаються в певний період.

Як стверджує Юрчишин В.В., ще однією особливістю сучасного етапу вдосконалення системи управління є відсутність необхідної єдності нових форм організації виробництва і управління і їх змісту. Як показує аналіз, зміни часто проходять з помітним запізненням. Також економіст вказує на відсутність змін в структурі управління аграрними підприємствами. Помітна питома вага керуючих кадрів свідчить про збереження практично незмінної структури системи управління на підприємствах, і, як наслідок, великої кількості закріплених за ними зон контролю багатьох параметрів виробництва.

Формування ринкових умов господарювання вносить відповідні корективи в психологічні стереотипи взаємовідносин у системі "керівник - підлеглий", що вимагає невідкладних наукових досліджень і практичних дій з формування корпусу керівників підприємств в АПК з високими якостями справжніх лідерів, спроможних забезпечити ефективне господарювання за умов конкурентного середовища.

Важливим шляхом розвитку управлінських процесів слід вважати:

1) удосконалення самоуправління;

2) оптимізацію співпраці лідера та команди на основі регламентації повноважень керівників і спеціалістів;

3) підготовку менеджерів нової генерації як формування стратегії забезпечення підприємств АПК керівниками-професіоналами;

4) розвиток мотивації;

Управління створює умови для всебічної збалансованості виробництва і його оптимального функціонування, усунення всіляких перекосів, диспропорцій і дисбалансів.

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Костик О.В., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлов А.М.

Глобалізація стала нині домінуючим світовим процесом. Вона суттєво змінила акценти соціально-економічного розвитку країни, істотно збільшила залежність від зовнішніх чинників, включила їх в процес активного міжнародного суперництва на світових ринках, гостро поставила проблему підвищення конкурентоспроможності та ефективності функціонування економіки. Пошуки адекватної реакції на ці виклики значною мірою залежать від регіоналізації господарського життя, пробудження творчої ініціативи та енергії місцевих і регіональних громад.

Проблематиці управління зовнішньоекономічною діяльністю регіону в умовах глобалізації присвячені дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких В.Д. Андріанов, П.Ю. Бєлєнький, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, Л.В. Дейнеко, Я.А. Жаліло, М.В. Жук, А.П. Кірєєв, Л. Клайт, В.В. Коломієць, А.І. Кредісов, А.С. Лисецький, С.Р. Маккінон, А.І. Мокій, А. Ніколас, Н.М. Пархоменко, В.І. Пила, М.А. Пивоварова, М.І. Фащевський, А.С. Філіпенко, Є.В. Хлобистов, Л.Г. Чернюк, Ю.С. Ширяєв, Д. Шнейдер та інші вчені-економісти.

Досягти успішного регіонального розвитку в сучасних умовах неможливо без активної участі господарюючих суб'єктів у зовнішньоекономічній діяльності. Вона відкриває перед ними нові комерційні можливості, створює доступ до світових матеріальних, інноваційних, інтелектуальних та фінансових ресурсів. Це спонукає інтернаціоналізацію регіонів, їх самостійну інтеграцію у світовий господарський простір. Україна, як молода держава, утверджується на міжнародних геополітичній та геоекономічній аренах, зазнаючи відчутного впливу глобалізації. Це зумовлює необхідність здійснення комплексу досліджень, результати яких дали б можливість обґрунтувати, розробити і реалізувати комплекс заходів адаптаційного характеру, які б дали змогу мінімізувати негативні наслідки глобалізації на подальший розвиток нашої країни. Особливо важливим аспектом при цьому є врахування впливу процесів глобалізації на регіональні особливості розвитку України.

На сьогодні іноземне інвестування посідає особливе місце у формуванні структури зовнішньоекономічних пріоритетів регіону. Світовий досвід переконує, що країни з перехідною економікою неспроможні вийти з кризового стану без залучення та ефективного використання іноземних інвестицій. Регіональна стратегія інвестиційного розвитку повинна мати за мету поліпшення соціально-економічного становища регіону.

З огляду на процес глобалізації можна виділити три блоки орієнтирів розвитку національних інвестиційних моделей на регіональному рівні:

1. Визначення зовнішньоекономічних векторів розвитку регіону, а саме: перенесення акцентів з інвестиційної моделі розвитку на інвестиційно-інноваційну; визначення інвестиційних пріоритетів з метою запобігання закріпленню технологічної відсталості окремих підприємств, відбір на конкурсній основі інвестиційних проектів з орієнтацією на кластерну модель регіонального розвитку; формування чіткої експортної спеціалізації території та стимулювання експортного виробництва.
2. Сприяння розвитку транснаціональних елементів в економіці регіону, які організаційно мають форму спільних підприємств, вертикально та горизонтально інтегрованих структур, промислово-фінансових груп.
3. Формування адекватної системи зв'язків регіональної економіки із зовнішнім середовищем, зокрема трансформація виробництва у напрямку випереджаючого розвитку галузей, продукція яких має реальні конкурентні переваги на зовнішніх ринках, підготовка інфраструктурного забезпечення до активного функціонування у сфері зовнішньої взаємодії, в тому числі – іноземного інвестування.

В свою чергу інноваційно-інвестиційна модель розвитку має передбачити подальше економічне зближення з країнами – інвестиційними донорами: Росією та Європейським Союзом. Це допоможе залучити інвестиції і перейти до реального управління інноваційною діяльністю. Актуальним в інноваційному розвитку регіону є надання уваги нетрадиційним джерелам енергії, специфічним для кожного регіону, що дозволило б поступово вирішувати проблему енергетичної залежності, структури імпортних операцій.

Ще однією формою глобалізації регіону є участь його у міжнародному трансфері технологій. Це надійний засіб пришвидшення технологічного розвитку країни та регіонів, тому що становлення глобалізованого регіону значною мірою відбувається завдяки технологічним обмінам із закордоном та використанню зарубіжних напрацювань та досвіду . Ця форма зовнішньоекономічних зв'язків широко застосовується і науково-технологічно розвиненими країнами, що забезпечує їм світове лідерство. Її слід активно застосовувати і використовувати вітчизняним регіонам з метою досягнення міжнародної конкурентоспроможності товарів та територій.

РОЗРОБКА ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПЛАНУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗЕД

Корнієко О.О., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Юрченко О.Ю.

Активне включення України в систему світових господарських відносин, підсилення тенденцій до регіональної і міжнародної інтеграції, розвиток процесів глобалізації поставили вітчизняні підприємства перед проблемою ефективної участі в міжнародних економічних відносинах.

Для досягнення високої ефективності ЗЕД необхідно враховувати два підходи в управлінні міжнародним бізнесом. Вони дають відповіді на запитання: що? і як? Перше запитання розкриває суть міжнародних операцій. Це сфера міжнародного маркетингу, із якої керівники організацій добувають інформацію і приймають рішення про зовнішньоекономічні операції. Такими операціями є експорт або імпорт конкретних товарів, лізинг обладнання, спільне виробництво продукції та ін. Зрозуміло, що кожний вид бізнесу має власну внутрішню технологію. При імпорті маються на увазі, наприклад, пошук постачальника, укладення з ним контракту на постачання товару, перевезення товару до кордону і виконання митних процедур – так до остаточного продажу товару внутрішньому споживачеві, проведення розрахунків із продавцем. Все це складає предметний аспект менеджменту, що цілком визначається ідеєю і технологією (послідовністю операцій) зовнішньоекономічних операцій .

Проте наскільки б вдалою не була ідея конкретної зовнішньоекономічної операції, які б високі прибутки вона не обіцяла в перспективі, який би бізнес-план не гарантував її здійсненність і ефективність, саму по собі її не можна реалізувати без іншого аспекту зовнішньоекономічного менеджменту. Мова йде про те, що опрацювання ідеї може бути зроблено однією людиною або невеликою групою спеціалістів у межах їх поточних службових обов'язків або ж у вільний час. Досвід показує, що опрацювання ідей і навіть підготовка бізнес-планів складає дуже малу частину усіх витрат, пов'язаних із реалізацією ідеї. А от вже для реалізації ідеї, яку включено в число цілей зовнішньоекономічної діяльності, не обійтися без регулярного (функціонального) менеджменту. Мається на увазі, насамперед, планування реалізації ідей, для чого необхідно завчасно виділяти необхідні ресурси, встановлювати терміни виконання завдань, що випливають з ідеї, підбирати виконавців, визначати методи виконання робіт тощо. До того ж у планах робіт необхідно враховувати зміни навколишнього середовища фірми: законодавство, ціни на зовнішніх ринках, валютні курси, стан справ у партнерів і тд.

Менеджмент передбачає не тільки функцію планування, але й організацію (що включає координацію), комплектування штатів, керівництво, мотивацію, контроль. Тому ідея тієї або іншої зовнішньоекономічної операції може бути реалізована тільки в тому випадку, коли предметний аспект повною мірою відповідатиме функціональному підходу.

Якщо говорити про ресурси, то іноземна діяльність фірми відрізняється за показниками їх об'ємів, що використовуються в зарубіжних операціях, а також по відношенню затрачених коштів. Наприклад, експорт може бути сполучений з меншою кількістю коштів, чим прямі іноземні інвестиції, коли у власній країні фірма має у своєму розпорядженні надлишкові потужності. Якщо фірмі необхідно збільшити виробничі потужності, то зробити це можна за допомогою інвестицій як у власній країні, так і за кордоном. У першому випадку приходиться значно розширювати операції за кордоном, при цьому активи фірми залишаються в країні базування. А у випадку прямих закордонних інвестицій і деяких інших операцій за кордоном фірма може знизити потребу в додаткових капіталовкладеннях, уклавши контракти з іншими компаніями на ведення операцій від її імені.

Звести до мінімуму конкуренцію на конкретних ринках можна за допомогою угод про співробітництво, що перешкоджають виходу нових конкурентів на ринок.

Один із способів розподілу ризику - розміщення операцій у декількох країнах. Подібна стратегія знижує імовірність одночасного впливу на всі активи таких негативних подій, як конфіскація, введення валютного контролю або навіть скорочення збуту через спад виробництва в країні-реципієнті. Шляхом розосередження операцій можна знизити можливі збитки, а також річні коливання сукупних доходів. Для компаній, що ще не освоїли повною мірою міжнародні операції, ті форми діяльності, що дозволяють мінімізувати витрати власних ресурсів, можуть одночасно сприяти прискоренню виходу фірми на більше число ринків.

Якщо підприємство-виробник виходить на закордонний ринок із сильною конкуренцією і складною продукцією, добре відомою споживачеві, має сенс звертатися до закордонних фірм-посередників, що добре знають місцевий ринок і, які мають на ньому своє місце. Це також має сенс, коли потрібно «доведення» експортованої продукції до рівня, що задовольняє місцевих споживачів. Як правило, закордонні фірми-посередники обходяться дорожче, ніж вітчизняні.

Задачі зовнішньоторговельної фірми різноманітні, від пошуку закордонних партнерів, організації рекламної роботи до виконання митних формальностей. У зв'язку з цим особливо зростає роль маркетингових, юридичних і фінансових служб.

ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ ТОВ ”ГОРОБИНА” НА СВІТОВИЙ РИНОК

Капорін О.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Клєцова Н.В.

Аналіз ринку горілки України за 2006-2010 рр. свідчить про збільшення обсягу імпорту цього продукту на територію України в натуральних одиницях вимірювання, яке мало місце до 2008 р. При цьому максимальне зростання імпорту зафіксовано в 2006 р. по відношенню до 2005 р. (187% або у 3 рази). У 2007 р,. в порівнянні з 2006 р., імпорт горілки зріс на 21%, а в 2008 р. відносно 2007 р. – на 44%. У 2009 р. по відношенню до 2008 р. має місце скорочення обсягу імпорту горілки, темп якого склав 39%. Проте вже в 2010 р. спостерігається збільшення цього показника відносно 2009 р. більше, ніж в 2 рази.

Виробництво горілки на території України в натуральних одиницях виміру скорочувалася в 2006 р. по відношенню до 2005 р. (на 15%) і в 2010 р., в порівнянні з 2009 р. (на 7,5%). У 2007 р. обсяг виробництва горілки зберігся на рівні 2006 р. У 2008 і 2009 рр. відносно попередніх років спостерігається збільшення виробництва горілки на 8,5% і 5% відповідно.

Проведений детальний аналіз фактичних обсягів виробленої горілчаної продукції дає змогу зробити висновок, що вітчизняні підприємства, в основному, задовольняють попит населення в алкогольних напоях, тому імпорт алкогольної продукції здійснюється переважно для розширення асортименту цих товарів.

Динаміка експорту горілки за межі України у натуральних одиницях виміру протягом періоду аналізу не характеризувалася будь-якою чітко вираженою тенденцією. Скорочення обсягів експорту горілки відбувалося в 2006 і 2008 рр. по відношенню до попередніх періодів. Темп скорочення показника склав 23% і 20% відповідно. У 2007 р., в порівнянні з 2006 р., експорт горілки збільшився на 9%, У 2009 році експорт горілки та лікеро-горілчаних виробів скоротився проти 2008 року на 18,8%, експортовано близько 6,8 млн. дол. на суму 177,8 млн. доларів. Проте у 2010 році обсяг експортованої горілки та лікеро-горілчаних виробів підвищився на 7% порівняно з 2009 роком. Скорочення обсягів експорту пояснюється тим, що деякі горілчані компанії перенесли частину своїх виробничих потужностей на територію тих країн, куди експортується продукція, наприклад частина виробничих потужностей компанії «Союз-Віктан» розташована в Російській Федерації.

Одним з факторів нарощування обсягів експорту алкогольних напоїв є розширення географії та зміни структури експортних поставок. Особливо привабливими для українських виробників горілчаних виробів залишаються ринки США та Китаю, які динамічно розвиваються [1, с.232]. Крім того, перспективним є ринок Польщі (яка є найбільшим споживачем української горілки – 26-1%) та Молдови, в останню, згідно нової редакції договору про зону вільної торгівлі між країнами СНД, українська горілка буде ввозитись без мита.

Також слід зазначити, що середня ціна реалізація 1 л горілки, виробленої ТОВ «Горобина» на ринку Польщі, Молдови, Угорщини на 86,9%, 84,7% та 84,9 % відповідно більше, ніж реалізація аналогічної продукції на внутрішньому ринку.

В свою чергу ТОВ «Горобина» має великий досвід виробництва якісної продукції, здатної задовольнити бажання найвимогливіших споживачів за помірною ціною, про що свідчить ряд отриманих дипломів та нагород на міжнародних дегустаційних конкурсах лікеро-горілчаних виробів (третє місце – "Сумська горобинова" Міжнародний дегустаційний конкурс лікеро-горілчаних виробів, 2010 р., м. Люблін, Польща; перше місце – «Дворянська особлива». третє місце – «Дворянська люкс». Міжнародний дегустаційний конкурс лікеро-горілчаних виробів Alco-Soft 2002 р., м. Київ; третє місце – «Козацький вал». Міжнародний дегустаційний конкурс лікеро-горілчаних виробів Alco-Soft 2000 р., м. Київ та інші).

Отже, в умовах післякризового підвищення обсягів виробництва та збуту продукції, жорсткої конкуренції (за інформацією Державної податкової адміністрації виробництво горілки здійснює близько 60 суб’єктів господарювання) ТОВ «Горобина» повинна чітко окреслити конкретне коло країн, в які буде здійснюватись експорт продукції, обрати конкретну модель виходу на ринок та зайняти свою нішу в експорті горілчаної продукції в країни Європейського Союзу та близького зарубіжжя. Основну увагу слід приділити розробленню дієвої маркетингової стратегії для завоювання свого сегменту ринку.

Література:

1. Клєцова Н. В. Конкурентні переваги функціонування спільних підприємств в АПК / Клєцова Н. В. // Формування конкурентоздатності підприємств АПК: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / Міністерство освіти і науки України, Полтавська державна аграрна академія [та ін.]. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – С. 231–234.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ СЕРТИФІКАЦІЯ

Калашніков В.С., студ.5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Хворост Т.В.

Однією з найважливіших проблем агропромислового комплексу України є запобігання втратам сільськогосподарської продукції та поліпшення її якості на всіх стадіях еколого-технологічного циклу, а саме: виробництва, переробки, споживання та утилізації. При цьому якість сільськогосподарської продукції визначається як сукупність властивостей, що визначають її здатність не тільки забезпечувати технологічні якості сировини для промислової переробки і потреби організму людини в енергії, поживних та смакоароматичних речовинах, але й забезпечувати безпеку її здоров'я, стабільність споживчих властивостей протягом терміну придатності до споживання.

Провідна роль в поліпшенні якості продукції належить стандартизації. Стандарти на сільськогосподарську продукцію повинні мати науково обґрунтовані норми якості і безпеки а при їх розробці повинні враховуватись усі особливості характерні для продукції рослинництва і тваринництва. Для того щоб управляти якістю сільськогосподарської продукції потрібно в стандартах регламентувати не лише якість уже виробленої продукції рослинництва і тваринництва. Важливе значення має стандартизація сільськогосподарської техніки, технологій вирощування сільськогосподарських рослин і тварин, мінеральних добрив і засобів захисту рослин, обладнання для переробки сировини, пакувальних матеріалів та методів оцінки якості продукції, що в свою чергу призводить до поліпшення її якості.

Сьогодні всі провідні країни світу мають жорстку систему технічного регулювання виробництва, переробки сільськогосподарської сировини та реалізації харчових продуктів на ринках. Країни Європейського Союзу всі ці питання регулюють відповідними директивами, постановами, рішеннями (регламентами), певними стандартами. Усі підприємства агропромислового комплексу використовують у своїй діяльності стандарти. У стандартах регламентована більшість вимог до продукції, методів контролю якості і безпеки, пакування, маркування і транспортування продукції. Стандарт - це документ, який є обов'язковим у межах встановленої сфери його дії, галузі та умов його застосування, який визначає повну технологічну характеристику продукції, що стандартизується, набір показників її якості, рівень кожного з них, методи та засоби вимірювання,правила маркування,транспортування і зберігання. Для забезпечення виробництва та реалізації продукції на ринку України підприємствам необхідно знати весь комплекс нормативних документів, якими держава регулює розроблення, виробництво, контроль безпеки та якості продукції, її пакування, маркування і транспортування. Усі ці нормативні документи належать до сфери технічного регулювання і охоплюють процеси стандартизації, сертифікації, метрології, забезпечення якості та безпеки продукції, охорони навколишнього середовища, ліцензування. Якість, упаковка, маркування, транспортування, умови, строки зберігання сільськогосподарської продукції повинні відповідати чинним стандартам та технічним умовам.

Законодавчо-нормативна база України ще формується, тому підприємства користуються у своїй роботі відповідними законами, нормативами, постановами, стандартами, методиками та інструкціями, які на сьогодні є ще розрізненими. З цим і пов'язані певні труднощі, а саме: підприємствам агропромислового комплексу досить важко зорієнтуватись в питаннях, які саме документи чинні на даний момент, які зміни внесені в документи, де їх можна придбати.

За сучасних умов у сільському господарстві повинна здійснюватись комплексна стандартизація, яка забезпечить перехід від стандартизації розрізнених об'єктів до створення комплексу взаємопов'язаних стандартів. Впровадження комплексної стандартизації дозволить найповніше й найоптимальніше задовольняти вимоги сільгоспвиробників та переробних, заготівельних і торгових підприємств.

Також на даному підприємстві, що вирощує та переробляє сільськогосподарську продукцію, повинен створюватись фонд стандартів, який виконуватиме наступні функції:

- відстеження інформації про чинні у даній галузі стандарти і зміни до них;
- пошук і придбання потрібних стандартів;
- створення систематизованих каталогів в електронному варіанті, де зібрані нормативно-правові документи чинні у даній галузі;
- реєстрація користувачів стандартів на підприємстві;
- передача копій стандартів службам-користувачам підприємства;
- внесення змін в еталони і копії стандартів на підприємстві;
- надання користувачам фонду консультаційно-інформаційних послуг.

МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Захарченко Н.С., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стоянець Н.В.

Причинами виникнення ускладнень на ринку зерна, зокрема скорочення рівня рентабельності зерновиробництва, зменшення обсягів виробництва та урожайності, а також прояву інших негативних обставин є відсутність дієвих економічних стимулів для виробництва зерна та системного підходу до розв'язання питань управління зерновим комплексом.

Проблемою є стримування цін на зерно в умовах зростання цін на добрива, пальне, засоби захисту рослин. Таким чином, підприємство втрачає фінансові можливості використовувати сучасні, більш ефективні технології ведення господарства та розширювати виробничі потужності.

Проблема розвитку зернового сектору та ринку зерна України потребує вжиття системи заходів. Вирішення проблеми шляхом окремих змін чи уточнень до регуляторної системи чи шляхом впровадження заходів, направлених на вирішення вузькогалузевих проблем, є неможливим, призводитиме до дисбалансів системи.

Вирішення проблеми ефективного розвитку зернового сектору та ринку зерна України має здійснюватися через через:

1. Визначення можливостей та здійснення заходів, направлених на удосконалення організаційних структур та менеджменту зернових господарств; використання сучасних інноваційних підходів ведення бізнесу;
2. Покращення землекористування, структури посівів та використання кращих попередників для підвищення ефективності зерновиробництва і забезпечення збереження та покращення земельних ресурсів, зокрема з точки зору екологічного стану територій; визначення та реалізацію заходів підвищення родючості ґрунтів;
3. Поширення сучасних технологій виробництва зерна, зокрема із використанням геоінформаційних технологій та точного землеробства, забезпечення оптимального обробітку ґрунту, внесення мінеральних добрив, меліорації, використання засобів захисту рослин та біологічних препаратів;
4. Підвищення рівня забезпеченості виробників матеріально-технічними ресурсами (технікою, мінеральними добривами, засобами захисту рослин тощо) як вітчизняного, так і закордонного виробництва, зокрема через зниження (усунення) імпортних мит на окремі види ресурсів, податкові пільги, розвиток забезпеченості виробників зерна цільовими кредитними ресурсами;
5. Покращення якості зерна, зокрема шляхом підвищення забезпеченості господарств якісним насінням, новітніми сортовими ресурсами (з відповідною компенсацією витрат на їх придбання), інформування виробників зерна про потреби ринку, зокрема світового;
6. Удосконалення систем стандартизації, сертифікації та контролю якості зерна згідно вимог світового ринку та європейських інтеграційних намірів України, оновлення та сертифікація відповідно до міжнародних стандартів лабораторій якості зерна;
7. Науково-методичне забезпечення, розвиток зв'язків наукових, учбових, громадських та дорадчих організацій з зерновими підприємствами; вивчення та забезпечення потреб галузі у якісних трудових ресурсах; посилення ролі приватного та громадського секторів при розробці та реалізації регуляторних документів;
8. Розвиток інфраструктури зернового ринку України, систем зберігання і транспортування зернових, зокрема через тарифи на перевезення зерна, поглиблення припортових акваторій, розвиток альтернативних шляхів перевезення зерна, оптимізацію роботи каналів збуту продукції, підтримки економічних механізмів, що стимулюватимуть модернізацію та оновлення основних фондів підприємств елеваторної галузі;
9. Поширення інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема через створення систем моніторингу зернового ринку, вивчення та оперативного поширення інформації про стан та тенденції розвитку світового та регіонального зернових ринків, запровадження космічного спостереження за станом посівів для прогнозування та оцінки врожаю, підготовки, офіційного оприлюднення та використання при прийнятті державних рішень міжгалузево-погодженого прогнозного балансу зернового ринку;
10. Удосконалення систем складських документів на зерно, створення системи гарантування.

Перелічені заходи мають бути впроваджені на загальнодержавному рівні. Сфера впливу окремого сільськогосподарського підприємства є обмеженою. Головним питанням для нього є зміцнення конкурентного становища на ринку. У зв'язку з цим необхідно враховувати два основні моменти – витрати виробництва і маркетингові (логістичні) витрати. Ці дві категорії витрат тісно пов'язані між собою. За існування занадто високих маркетингових витрат (транспортування, зберігання тощо) всі зусилля, спрямовані на зменшення витрат виробництва, стають невиправданими; і навпаки.

РИЗИКИ В ЗОВНІШНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ СТРАХУВАННЯ

Зарько Т.П., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менежмент ЗЕД»
Науковий керівник: Стоянець Н.В.

Комерційна, підприємницька діяльність на зовнішньому ринку неминуче пов'язана з ризиками, що загрожують різним майновим інтересам учасників зовнішньоекономічної діяльності. Ризики — це можливі несприятливі події, що можуть відбутися, і в результаті яких можуть виникнути збитки, майнові втрати учасників ЗЕД. Робота з управління зовнішньоекономічними ризиками має включати такі основні складові:

- аналіз ситуації і визначення можливих ризиків;
- оцінка ймовірного збитку й прийняття рішення щодо управління потенційними ризиками;
- реалізація прийнятих рішень і контроль за їх виконанням.

Політика учасника ЗЕД щодо потенційних ризиків має декілька різновидів.

1. Виключення ризиків — це відмова від здійснення будь-яких дій, пов'язаних з можливістю появи ризиків у ЗЕД.

2. Прийняття ризиків означає, що підприємство бере на себе відповідальність за проведення зовнішньоекономічної операції та ризики, пов'язані з нею.

3. Зменшення ризиків — це прийняття рішень, які дають змогу знизити рівень витрат від прийнятих ризиків.

4. Передача ризиків означає, що підприємство передає відповідальність за ризики своєму партнеру або третій особі.

Окрема галузь управління ризиками у ЗЕД пов'язана з розрахунково-кредитними відносинами і передбачає використання досить значного розмаїття форм і методів. До основних із них відносять:

- застосування безвідкличного підтвердженого документарного акредитива при розрахунках за постачання товару;
- використання банківських гарантій (наприклад, ввалювання перевідних векселів — тратт тощо).

Перевага цього механізму зниження ризиків — простота і доступність використання для учасників ЗЕД.

Таким чином, сучасний рівень розвитку страхової, банківської і біржової справи у світі надає учасникам ЗЕД широкий спектр різних інструментів захисту від ризиків при здійсненні зовнішньоекономічних операцій. Однак вони не в змозі забезпечити абсолютний захист від можливих ризиків, хоча і можуть істотно їх зменшити. Значною мірою ризики можна відвернути шляхом ефективного управління (наприклад, диверсифікацією діяльності тощо). Найбільший ефект може бути отриманий за рахунок поєднання, комбінації різних методів управління ризиками: страхування, хеджування, застосування сучасних методів управління, форм і методів розрахунків у зовнішньоекономічних операціях.

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «БОРЗНЯНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО»

Заводовська О.Ю., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою й невід'ємною сферою господарської діяльності підприємств, фірм, всіх учасників ринкових відносин. На всіх історичних етапах розвитку держави зовнішньоекономічна діяльність впливала на вирішення економічних проблем на різних рівнях. У сучасних умовах зовнішні економічні зв'язки є не тільки вагомою частиною структури національної економіки, але усе активніше вони впливають на внутрішньогосподарське виробництво й розвиток продуктивних чинників. Серед різних форм зовнішньоекономічної діяльності історично першою та переважаючою є міжнародна торгівля. Розвиток зовнішньої торгівлі, зокрема нарощування експорту країни на світовому ринку, збільшення або, принаймні, збереження його питомої ваги у світовій торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки будь-якої держави.

Під експортом розуміють вивіз за межі країни товарів для реалізації їх на зовнішньому ринку або кількість та вартість вивезених за кордон товарів. Проте у випадку, коли експорт розглядається не лише як процес, а як явище і реальна сила, яка спроможна впливати на стан зовнішньоекономічної діяльності підприємства, він набуває ознак потенціалу, тобто, прихованої здібності забезпечувати досягнення поставленої мети та розв'язання певної проблеми розвитку підприємства.

Як економічна категорія експортний потенціал підприємства характеризується якісними ознаками, що віддзеркалюють не лише ресурсні можливості національного економічного суб'єкта, а й потреби та інтереси зарубіжних країн та їх економічних агентів.

Функціональна роль експортного потенціалу полягає у реалізації цільових настанов зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Природа цих настанов може бути різною і формується за принципом забезпечення потреб зовнішніх ринків на ті чи інші продукти і послуги. Рівень задоволення цих потреб окремим підприємством може бути визначений крізь такі показники як обсяг експорту, якість експортованої продукції, рівень диверсифікації експорту, які визначають результат експортної діяльності, а по відношенню до її мети слугують критерієм ефективності експортного потенціалу підприємства.

Проблеми реалізації експортного потенціалу виникали на різних етапах економічного розвитку багатьох країн світу. Нині активним мотиваційним фактором розвитку експортного потенціалу стали процеси посилення глобалізації.

Нарощення експортного потенціалу може буди досягнуто за рахунок: формування і реалізації державної регіональної програми підтримки технічного і наукомісткого експорту; створення системи пільгового кредитування експорту на конкурсній основі; прискорення розвитку системи страхування зовнішньоторговельних операцій, системи надання гарантій під зовнішньоторговельні операції і системи страхування експортних кредитів; стимулювання лізингу, насамперед, фінансового; надання на конкурсній основі субсидій і бюджетних позичок на розвиток виробництва по створенню конкурентоспроможної продукції й експорту цієї продукції; організації державної підтримки в просуванні зразків нової продукції на зовнішні ринки; створення сприятливих умов для впровадження закордонних технологій, тощо.

Яскравим прикладом промислового підприємства в Чернігівській області, що веде активну та ефективну, про що свідчать економічні показники, зовнішньоекономічну діяльність є ДП «Борзнянське лісове господарство». Вміле керування персоналом, впровадження нових технологій виробництва продукції, удосконалення праці, нарощування експортного потенціалу, освоєння нових ринків, налагодження і відновлення зовнішньоекономічних зв'язків привели до успіху підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність ДП «Борзнянське лісове господарство» здійснюється у формі експорту та імпорту продукції. Питома вага експорту в структурі зовнішньоекономічних операцій становить 76%. Підприємство експортує на зовнішній ринок лісопродукцію в обробленому та необробленому виді, зокрема: дрова, заготовки пиляні, фансировину, паркетні заготовки, будівельний ліс більше ніж в 20 країн світу.

Отже, для подальшого розвитку й активізації зовнішньоекономічної діяльності державному підприємству «Борзнянське лісове господарство» необхідно розширювати асортимент експортної продукції, збільшуючи її частку, налагоджувати партнерські відносини з втраченими у конкурентній боротьбі клієнтами та застосовувати повний набір інструментів маркетингу.

Адже вміло організована експортна діяльність є запорукою ефективного розвитку підприємства вцілому.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЯХ-СУБ'ЄКТАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Грінченко Є.М., студ. 4 курсу МЗЕД, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стоянець Н.В.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємством, випуск продукції, яка була б конкурентоспроможною на зарубіжних ринках, залежить не тільки від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринкового середовища та послідовного впровадження концепції просування товарів на зарубіжні ринки, а й від кваліфікації співробітників підприємства, ефективного управління персоналом. Управління персоналом набуває дедалі більшого значення як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства, досягнення успіху в реалізації його стратегії розвитку.

Управління персоналом можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші, традиційно, пов'язуються з забезпеченням ефективності підприємства. Причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні як отримання максимального прибутку. Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю працею, участю у трудовому колективі підприємства, високий рівень самооцінки колективу, мотивація персоналу до ефективної праці.

Майже всі сфери діяльності менеджера ЗЕД регламентовані правилами; стиль його керівництва складається в процесі взаємопогоджених дій, в основу яких покладено професійне спілкування.

У практичній діяльності українських фірм останнім часом дедалі ширше запроваджується стратегічне планування. При цьому при розробці стратегічних планів розвитку підприємства визначаються найважливіші пріоритети кадрової політики, завдання та напрямки їх досягнення. Таким чином, основні пріоритети кадрової політики підприємства на певний тривалий період є важливим компонентом стратегічного плану розвитку підприємства. В стратегічному плані підприємства визначаються такі складові кадрової політики, як визначення якісного складу персоналу, критеріїв підбору співробітників, структури і штатного розкладу підприємства, напрямків підвищення кваліфікації окремих категорій співробітників.

Якість трудових ресурсів підприємства тим вища, чим більша частка працівників, що забезпечують високу продуктивність праці, тобто персоналу високої кваліфікації. Тому в сучасних умовах значно зростає значимість та рівень вимог до підбору персоналу.

Підбір персоналу починається з маркетингу персоналу. Управління по роботі з персоналом проводять внутрішній маркетинг персоналу та маркетинг персоналу на ринку праці. Орієнтуючись на зовнішні джерела підбору персоналу на підприємстві, створюється власна база даних потенційних кандидатів для зайняття вакантних посад або дається замовлення організаціям, які займаються підбором персоналу. Це, зокрема, кадрові агентства, які володіють базами даних та сучасними методиками підбору персоналу. Проте більшість вітчизняних підприємств, підбираючи персонал, спираються на власні сили.

Провідні українські підприємства впроваджують методи управління персоналом, запозичені із зарубіжного досвіду. Особливу актуальність набуває створення науково обґрунтованого механізму мотивації праці персоналу, який би зміг за допомогою дійових важелів і стимулів підвищити зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, розвинути їх конкурентоспроможність, забезпечити якісне оновлення трудового менталітету. На вітчизняних підприємствах більше використовуються адміністративні та економічні методи управління персоналом, але багато провідних вітчизняних підприємств починають впроваджувати соціально-психологічні методи. Адже їх керівники розуміють, що для кращого результату, більшої працевіддачі працівники повинні бути задоволені не лише матеріальними потребами, а і моральними. Успіх управління персоналом визначається двома основними чинниками: здатністю підприємства чітко визначити, яка поведінка працівників потрібна для досягнення його стратегії, і можливістю застосовувати ефективні управлінські важелі для спрямування працівників на бажану поведінку. Обидва завдання однаково важливі й складні, особливо в умовах ринкової трансформації економіки.

Отже для того, щоб створити дієву систему менеджменту на підприємстві, розробити власну фірмову філософію управління персоналом, слід виходити з досвіду провідних світових компаній, а крім того накопичувати власний досвід роботи з українськими працівниками.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА СПРИЯННЯ СТВОРЕННЮ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Горкава О.М., студ. 4 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлов А.М.

Нині одним із важливих завдань реформування економіки України є трансформація агропромислового комплексу. У світовому співтоваристві Україну визнають як потенційного лідера з виробництва сільськогосподарської продукції та основних продуктів харчування: зерна, цукру, олії, м'яса, продуктів переробки молока тощо. Але реалізація цього потенціалу вимагає докладання великих зусиль.

Агропромисловий комплекс України нині переживає не найкращі часи. Як і багато інших галузей, він знаходиться у глибокій транснаціональній кризі. Реформи в аграрному секторі України просуваються повільно. Одна із причин – неспроможність уряду виробити і втілити дієву стратегію реформ, спрямовану на забезпечення тривалої ефективності галузі та підвищення її конкурентоспроможності.

Слабкість уряду зумовлюють кілька чинників, зокрема такі: неспроможність виробляти й аналізувати політику; брак скоординованості у виробленні та провадженні політики; невідповідність адміністративних структур; опір сторін, зацікавлених у гальмуванні реформ; вплив консервативних сил.

Державна політика провадиться таким чином, що сільськогосподарські виробники постійно перебувають під тиском і змушені продавати продукцію за низькими цінами. Інакше не матимуть доступу до ресурсів та кредитів, які вкрай важко одержати самотужки. Тому існує істотна різниця між світовими і внутрішніми цінами на сільськогосподарську продукцію.

В ринкових умовах господарювання для реформованих підприємств аграрного сектору України однією з головних проблем є залучення інвестиційних ресурсів. За умов обмеженості внутрішніх джерел найбільш привабливим засобом матеріально-технічного та фінансового забезпечення сільгосппідприємств є іноземні інвестиції. Ефективний розвиток сільськогосподарського виробництва в Україні неможливий без ефективного розвитку інвестиційного процесу та формування його теоретичних основ.

Для інвестиційного забезпечення аграрного сектора економіки необхідна виважена державна підтримка. Держава має виконувати функції гаранта стабільності інвестиційного клімату. Саме тому Україні потрібна послідовна системна інвестиційна політика, що має на меті формування ефективного аграрного сектору, дозволить створити передумови для виробництва конкурентної продукції, структурної перебудови АПК та входження сільського господарства у СОТ та ЄС.

Ціни внутрішнього ринку на сільськогосподарську продукцію продовжують залишатись нижчими порівняно з імпортними, а підтягування внутрішніх цін до світових відбувається в Україні болюче та уповільненими темпами, включаючи і ціни на енергоресурси, через низьку платоспроможність вітчизняних споживачів. При такій ситуації доцільно за рахунок скорочення некритичного імпорту товарів АПК частину твердої валюти переорієнтувати на закупівлю продукції у власного товаровиробника, що забезпечить на засадах протекціонізму розвиток національного виробництва і відповідатиме інтересам споживачів, тобто необхідно діяти в протилежному напрямі у порівнянні з тим, що спостерігався в останні роки.

Подальший розвиток і поглиблення глобалізаційних процесів та вступ України в СОТ передбачає, з одного боку, стимулювання лібералізації, а з іншого боку ці процеси вимагають формування протекціонізму, що створює специфічне об'єднання протилежних процесів, в яких без гарантованого протекціонізму захист вітчизняного товаровиробника в умовах глобалізації унеможливлюється. У зв'язку з цим виникає необхідність визначення нижчих меж та їх питому вагу від імпортної ціни через заходи чіткого спрямування.

Запроваджуваний періодично механізм лібералізації в сільському господарстві призводив до руйнування внутрішнього ринку. Для подолання необґрунтованої лібералізації і застосування протекціонізму доцільно диференціювати ставки ввізного мита на окремі сільськогосподарські товари таким чином, щоб протидіяти необґрунтованій лібералізації, формувати протекціоністські важелі з метою досягнення раціональної межі у митній справі, що перегукується з досвідом ряду економічно розвинутих країн, які через механізм монополізму визначають раціональні заходи протекціонізму.

Щоб АПК міг вийти з кризи уряду спільно з сільськогосподарськими підприємствами необхідно вирішити ряд проблем, які перед ними постали, зокрема: різке розбалансування між експортом й імпортом, деформація структури експорту й імпорту; стрімке падіння обсягів експорту товарів; формування структури експорту під впливом стихійних процесів; обмежена відтворювальна можливість експорту та структурний стан імпорту; порушення антимонопольного законодавства; недобросовісна конкуренція. Це основні недоліки, через які зовнішньоекономічна діяльність практично не інтегрована у світові процеси, а аграрні суб'єкти підприємництва втрачають зовнішній ринок.

СУТНІСТЬ ТЕОРІЇ ТА МЕТОДІВ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Васильченко О.В., студ.5 курсу ФМ, спец. «АДМ»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Малютін О.К.

Важливою складовою частиною сучасної політичної думки є теорія адміністративно-державного менеджменту, оскільки вона безпосередньо пов'язана з розробкою державної стратегії функціонування, розвитку та вдосконалення всіх сфер суспільного життя. Тривалий час вона осмислювалась у межах політологічної традиції.

У науковій літературі теорію адміністративно-державного управління розглядають як міждисциплінарну науку (як теоретичний напрям виникла на перетині теорії політики та менеджменту). До її розвитку активно долучали досягнення інших гуманітарних наук: соціології, філософії, психології. Тісний зв'язок з наукою адміністративного управління має наука адміністративного права, спрямована на вирішення таких завдань: закріплення організації, повноважень і порядок діяльності органів виконавчої влади, механізму функціонування державної служби, форм взаємовідносин цих органів із громадянами та іншими суб'єктами адміністративного права, засобів забезпечення законності у державному управлінні тощо. Водночас між ними існує істотна відмінність, суть якої полягає в тому, що, коли теорія адміністративно-державного управління займається осмисленням об'єктивно існуючих закономірностей у сфері адміністративної діяльності і на цій основі опрацьовуються рекомендації, то предметом адміністративного права є процес реалізації цих рекомендацій через діючі юридичні нормативи.

На сучасному етапі зусилля теоретиків адміністративно-державного управління зосереджені на вирішенні низки завдань. По-перше, це пошук раціональних способів організації державного менеджменту на трьох рівнях управління: національному, регіональному та місцевому. По-друге, особливою сферою дослідження залишаються проблеми, пов'язані з підготовкою та рекрутуванням управлінських кадрів (визначення оптимальної структури штатного складу чиновників державного апарату; вимоги до менталітету і стиль роботи професійних державних службовців; боротьба з бюрократизмом та проблеми лідерства тощо). По-третє, це вдосконалення функціонування механізму державного адміністрування, а саме: розробка теорії прийняття державних рішень та політичного лідерства; методів адміністративно-державного управління в кризових і конфліктних ситуаціях тощо.

У науковому пізнанні теорії адміністративно-державного управління істинним повинен бути не тільки остаточний результат, а й спосіб який веде до нього, тобто метод, який є системою правил і прийомів дослідження суб'єктів і об'єктів адміністрування з метою отримання істини.

Арсенал дослідницьких засобів та інструментів теорії адміністративно-державного управління можна поділити на три групи.

До першої групи належать загальнологічні методи. Серед них найбільш важливими є абстрагування (під час абстрагування суб'єкт подумки фіксує будь-яку суттєво важливу для нього в певній пізнавальній ситуації властивість об'єкта адміністрування, відсторонюючись від решти властивостей, щоб спростити ситуацію і вивчити управлінський процес як такий); аналіз (розчленування адміністративної діяльності на підсистеми й елементи для їх всебічного вивчення); синтез (мислене об'єднання раніше виокремлених складових адміністративного менеджменту в певну систему теоретичних знань); індукція (загальний висновок ґрунтується на основі приватних покликань. Отримана індуктивним способом істина завжди неповна, тому індукція повинна доповнюватись дедукцією); дедукція (за допомогою цього методу із загальних посилань відповідно до законів логіки можна зробити висновок приватного характеру); моделювання (вивчення явищ, суб'єктів та об'єктів адміністративного менеджменту через створення і дослідження їх копій (моделей), що замінюють оригінал у певних аспектах, які цікавлять дослідника); аналогія (спосіб пізнання, за допомогою якого на основі подібності об'єктів у одних ознаках роблять висновок про їх схожість); класифікація (поділ усіх досліджуваних об'єктів адміністрування на окремі групи відповідно до певних важливих для дослідника ознак) тощо.

Друга група методів — це теоретичні методи. Провідне місце серед них посідає системний аналіз, оскільки багатоаспектність державного адміністрування обумовлює необхідність осмислення фактів у їхній сукупності і взаємозумовленості. Методологічна специфіка системного підходу визначається тим, що основним поняттям його є певний ідеальний об'єкт, який розглядають як складне цілісне утворення. Позаяк одну й ту саму систему можна досліджувати з різних позицій, системний підхід передбачає виділення насамперед певного системоутворюючого параметра, що обумовлює пошук сукупності елементів, мережу зв'язків і відношень між ними — її структуру.

В осмисленні теорії адміністративно-державного управління вагоме значення належить третій групі методів — емпіричним (біхевіористичним): безпосередньому спостереженню; конвент-аналізу документів та інформаційних потоків; експерименту, анкетному опитуванню; інтерв'ю тощо.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ВСІХ ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКЦІЇ

Василевський В.С., студ. 4 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стоянець Н.В.

Поліпшення якості продукції - найважливіший напрям інтенсивного розвитку економіки, джерело економічного зростання, ефективності суспільного виробництва. У цих умовах зростає значення комплексного управління якістю продукції і ефективністю виробництва. Для того, щоб завоювати ринок споживачів за кордоном і збільшити його об'єм всередині країни, необхідний загальновизнаний в світі стандарт. Найдоцільнішим є ІСО 9000.

Система якості створюється на підприємстві як засіб, що забезпечує проведення певної політики і досягнення поставлених цілей в області якості. Первинним є формування і документальне оформлення керівництвом підприємства політики в області якості. Система якості розробляється з врахуванням конкретної діяльності підприємства. Система якості ІСО 9000 покликана забезпечити якість конкретної продукції, і тому на одному і тому ж підприємстві, що випускає різні види продукції, система якості підприємства може включати підсистеми якості по певних видах продукції.

Система якості повинна охоплювати всі стадії життєвого циклу продукції, який називається «Петлею якості» і розділений на дрібніші етапи. Ще один важливий елемент динамічної стратегії (або системи) якості - безперервні поліпшення. Діяльність по поліпшенню якості направлена на забезпечення максимальної відповідності виробленої продукції і послуг потребам клієнтів, а також на усунення виявлених недоліків в існуючих процесах.

Якість продукції і послуг залежить від якості управління, ухвалення рішень. Рішення, що впливають на якість повинні прийматися на основі фактів і перевірених даних. Описаний підхід до забезпечення якості є універсальним і може бути використаний практично кожним підприємством, в будь-якій галузі для забезпечення стабільної високої якості продукції і послуг.

Вимоги до основних етапів життєвого циклу продукції :

Якість у рамках маркетингу. Маркетинг повинен грати провідну роль у визначенні вимог, що пред'являються до якості продукції. Він покликаний: визначати потреби в продукції (послугах) давати визначення ринкового попиту, вимог споживача, оцінки вартості і термінів виробництва, забезпечувати підприємства детальним офіційним звітом про вимоги, що пред'являються до продукції. Такий опис містить побажання і вимоги споживачів у вигляді переліку технічних умов, які послужать основою для виконання подальших робіт по проектуванню. Маркетинг повинен встановлювати постійну систему зворотного зв'язку і контролю отримуваної інформації.

Якість при проектуванні і розробці технічних умов. Система якості покликана забезпечити створення проекту, що відповідає вимогам споживача і кращим світовим зразкам. Короткий опис продукції, отриманий в результаті маркетингу, використовується як початкові вимоги до проекту.

Якість при матеріально- технічному постачанні. Для забезпечення якості постачань система якості як мінімум повинна включати: чітке встановлення вимог до покупних матеріалів, напівфабрикатів, що комплектують деталям і вузлам; вхідний контроль; процедури вирішення складних питань за якістю покупної продукції.

Якість в процесі підготовки виробництва і виробництва продукції. Підготовка виробництва повинна здійснюватися так, щоб технологічний процес і стан усіх елементів виробництва забезпечили виготовлення продукції відповідно до вимог технічної документації.

Якість на виробничих етапах. Мета системи якостей на виробничих етапах полягає в забезпеченні якості продукції при навантажувально-розвантажувальних роботах, зберіганні, транспортуванні.

Облік і аналіз витрат на якість. В умовах формування ринкових стосунків, переходу підприємств на госпрозрахунок і виходу їх на міжнародний ринок якість продукції і витрати, пов'язані з ними, стають важливим чинником економічного стану підприємства і, зокрема, такого показника як прибуток.

Інтенсивна ефективність системи якості може проявлятися в зниженні собівартості продукції за рахунок мінімізації сумарних витрат по усіх групах витрат.

Для практичного вирішення цього завдання доцільно спочатку визначати усі втрати, пов'язані з дефектами продукції, потім визначати заходи по запобіганню дефектам і посиленню (чи послабленню).

Таким чином найбільш повне і всебічне оцінювання якості виготовленої продукції забезпечується, коли враховані усі властивості аналізованого об'єкта, які виявляються на всіх етапах його життєвого циклу: при виготовленні, транспортуванні, збереженні, застосуванні, ремонті, техобслуговуванні.

ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК

Вітітнєва Г.Ю., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стоянець Н.В.

Підприємства, що орієнтуються на маркетинг, значну увагу повинні приділяти організації товарного руху від виробника продукції до споживача. Комерційний успіх підприємства багато в чому визначається тим, як вдало вибрані канали реалізації виготовлених товарів, форми і методи збуту або чи достатнім є асортимент і рівень якості наданих підприємством послуг, що супроводжують продаж продукції. Тому в цій галузі маркетинг має виключно велике значення.

Під просуванням варто розуміти діяльність підприємства, спрямовану на стимулювання попиту на вироблену продукцію і на формування позитивного іміджу підприємства.

До основних функцій просування необхідно віднести:

- створення позитивного образу продукції і формування інтересу до неї;
- інформування про параметри товарів, ціну, інноваційність, місця їхнього придбання і розпродажу;
- допомога в знайомстві з новим продуктом, підтримці популярності тих, що вже існують;
- забезпечення зацікавленості учасників каналу руху товару;
- обґрунтування ціни.

Безпосередньо розробка нового товару складається з восьми етапів. Розглянемо їх.

1. Генерація ідей. Для генерації ідей нових товарів можуть бути використані різні джерела: зовнішні (покупці, конкуренти, посередники); внутрішні тобто сама фірма – її керівництво, фахівці з маркетингу, інженери, торговий персонал.

2. Відбір ідей. Мета цього етапу – профільтрувати ідеї для того, аби вже на початковому етапі розробки нового товару відсіяти невдалі ідеї товарів, які не відповідають цілям фірми, для реалізації яких у фірми немає потрібних ресурсів тощо. Для відбору можуть бути використані: чек-листи, що показують, які ризики можуть виникнуть в межах інноваційного процесу товару (технологічний ризик, ризик товару, ризик витрат, ризик часу, ризик збуту тощо); метод оціночної шкали, за яким ідеї оцінюють шляхом зважування їх основних факторів.

3. Розробка та перевірка концепції товару. На цьому етапі здійснюється перехід від ідей, які пройшли попередню оцінку, до концепції товару, яка перевіряється споживачем, і набором вигод, які він обіцяє певній групі споживачів.

Концепція товару – письмовий опис фізичних та інших характеристик товару, які сприймаються споживачем, і набору вигод, які він обіцяє певній групі споживачів. Концепція товару потрібна: керівникам фірм, рекламному агентству.

4. Розробка стратегії маркетингу. Результат попереднього етапу – вибір найпривабливішої концепції нового товару. Далі розробляється стратегія маркетингу, яка включає: вивчення цільового ринку, позиціювання товару, заплановані показники обсягу продажу, частки ринку, прибутку на перші 2 – 3 роки, ціни, канали розподілу, бюджет маркетингу на перший рік, а також опис маркетингових стратегій за кожним з елементів комплексу маркетингу.

5. Проведення економічного аналізу. Цей етап процесу розробки нового товару, інша назва якого – бізнес-аналіз, ґрунтується на обраній концепції і стратегії маркетингу і передбачає оцінку щодо: потенційного обсягу продажу товару; витрат; прибутку; ризику.

6. Розробка прототипу товару. На цьому етапі формується другий рівень товару – товару в реальному виконанні. Створюється прототип товару – перші дослідні зразки, споживчі переваги матеріалізуються в конкретному товарі, що потребує прийняття таких рішень: рішення про параметри виробу – функціональні параметри, дизайн, масу, колір та ін.; рішення про упаковку; рішення про торгову марку.

7. Випробування товару в ринкових умовах. Цей етап є імітацією виходу фірми на ринок з новим товаром, мета якого – визначити в реальних умовах шанси товару на успіх.

Виділяють три основних підходи до визначення поняття «товар-новинка»:

- Будь-який товар, що знову випускається. Критерій новизни в цьому випадку - не якісна своєрідність виробу, а час його освоєння і виробництва.

- Товар відмінний від його аналогів і прототипів. Новим товаром вважається лише виріб, що задовольняє принципово нові потреби. Новим товаром називають також будь-яка прогресивна зміна, що відрізняє товар від раніше відомих.

- Змінений зовнішній вигляд товару,змінені технічні характеристики, змінений принцип впливу на потреби, абсолютно новий товар, що не має аналогів.

Таким чином, «новий товар» можна визначити як новий продукт, що надійшов на ринок і відрізняється від існуючих аналогів якоюсь зміною споживчих властивостей. Дане визначення підкреслює товарну новизну продукту. Тут важливий сам факт появи товару, що не має повних аналогів на даному ринку і користається попитом. При цьому границі ринку також служать критерієм новизни.

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Божко І.М., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Юрченко О.Ю.

Одне з головних завданьдля підприємств різних форм власності - пошук ефективних способів управління працею, що забезпечують активізацію людського чинника. В останні роки змінилися раніше існуючий механізм і умови розподілу трудових ресурсів по галузях народного господарства і по сферах виробництва. Під впливом реформування економічних відносин та відносин власності з'явились нові, в основному негативні тенденції у використанні трудових ресурсів: плинність кадрів, виїзд переважно молодих людей за кордон, тенденція старіння населення, особливо у сільській місцевості, а також депопуляція населення через зниження народжуваності і порівняно високу смертність.

Можна також мову вести про приховане безробіття, коли працівники, зайняті у виробництві, насправді є зайвими, що є наслідком неправильної реструктуризації виробництва.

У нашій країні проблема регулювання процесів відтворення і використання трудових ресурсів набула виключно державного значення.

До макроекономічних заходів сприяння зайнятості включають: створення стимулів для прискореного формування багатосекторного господарства; ефективну підтримку малого і середнього бізнесу; розвиток і підвищення ефективності функціонування соціальної сфери.

За визначенням Завадського Й.С. управління трудовими ресурсами - це управління різними видами діяльності людей, що дозволяє підвищити ефективність роботи організації при досягненні поставлених цілей.

Управління персоналом спрямоване на задоволення потреб народного господарства в кваліфікованих кадрах, забезпечення раціональної зайнятості населення, ефективне використання трудового потенціалу і створення умов для розвитку трудового колективу.

Управління кадрами - багатогранний і виключно складний процес, який має специфічні особливості та закономірності. Їх знання вкрай необхідне керівникам та спеціалістам сучасного виробництва, робітникам кадрових служб та соціального розвитку для постійного забезпечення підвищення ефективності, якості роботи та продуктивності праці. В умовах переходу до ринкової економіки управління персоналом повинно набути системності та завершеності на основі комплексного вирішення кадрових проблем, запровадження нових та вдосконалення існуючих форм і методів кадрової роботи.

Комплексний підхід до управління кадрами має на увазі облік організаційно-економічних, соціально-психологічних, правових, технічних, педагогічних та інших аспектів в їх сукупності та взаємозв'язку при узагальнюючій ролі соціально-економічних факторів.

Системний підхід відображає облік взаємозв'язків окремих аспектів управління кадрами і виражається в розробці кінцевих цілей, визначення шляхів їх досягнень, створення відповідного механізму управління, який забезпечує комплексне планування, організацію та стимулювання системи роботи з кадрами на виробництві.

Управління кадрами як науково-практичний напрямок є невід'ємною частиною загальної науки управління. Вивчати управління - значить вивчати відносини між людьми в процесі цілеспрямованого впливу на процес виробництва, виявляти закони формування відносин управління для того, щоб на їх основі встановити принципи управлінської діяльності, форми і способи їх здійснення.

Головним елементом всієї системи управління є кадри, які одночасно можуть бути як об'єктом, так і суб'єктом управління. Працівники підприємства, організації є об'єктом управління тому, що представляють собою виробничу силу, головну складову любого виробничого процесу. Тому планування, формування, розподіл, перерозподіл та раціональне використання людських ресурсів на виробництві є основним змістом управління кадрами, яке з цієї точки зору розглядається аналогічно управлінню матеріальними елементами виробництва. Разом з тим кадри - це перед усім люди, які характеризуються складним комплексом індивідуально-типових якостей та властивостей, серед яких соціально-психологічні грають першочергову роль.

Спільними позитивними ознаками систем управління персоналом в різних країнах світу зараз є: горизонтальне управління і турбота про всі ресурси, акцент на формуванні команди, децентралізована кадрова функція реалізується на лінійному рівні управління, спеціалісти з персоналу надають підтримку лінійному менеджменту, планування людських ресурсів повністю інтегровано в корпоративне планування, ціль - суміщення наявних людських ресурсів, кваліфікації і потенціалів із стратегією і цілями компанії, цільна корпоративна культура і балансування поточних потреб інтегрованої організації з зовнішнім середовищем.

Отже, узагальнюючи все вище сказане, можна сказати, що головна ціль організації системи управління персоналом є забезпечення кадрами, їх ефективне використання, професійний і соціальний розвиток.

ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Білецький С.А., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Менеджмент ЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Михайлов А. М.

Управлінська діяльність завжди базується на основних правилах, яких дотримуються керівники і спеціалісти апарату управління в процесі прийняття тих або інших рішень. Ці правила можуть бути декларовані в спеціальних документах або ж бути своєрідною традицією, нормою, звичаєм. Частіше має місце поєднання того й іншого. Можна виділити два рівні принципів зовнішньоекономічної діяльності: загальні та національні. Загальні принципи ЗЕД – це невелика кількість загальновизнаних в усьому світі правил, що стали своєрідними загальновідомими істинами, яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій. І хоча в різноманітних виданнях набір цих правил може відрізнятися, однак в кінцевому результаті, вони зводяться до трьох головних: науковість, системність, взаємо-вигідність.

Науковість ЗЕД означає, насамперед, розвиток цієї діяльності відповідно до об'єктивних економічних законів. Дотримання цього принципу на практиці управління міжнародними діловими операціями передбачає виявлення організаціями попиту і пропозиції на її продукцію за кордоном, рівня цін, співвідношення їх з витратами в країні-експортері та ін. Знання менеджерів підприємств існуючих теорій міжнародної торгівлі допомагає їм уникати значних прорахунків, обґрунтовано прогнозувати зміни на міжнародних ринках. Особливо важливе значення має цей принцип у здійсненні міжнародних фінансових розрахунків, при яких потрібно спиратися на зміни валютних курсів. Сучасна теорія пропонує чимало корисних теоретичних моделей прогнозування валютних курсів. На базі згаданих моделей практика виробила зручні й різноманітні інструменти управління валютними ризиками: операційними, перерахунковими (бухгалтерськими) і економічними. Використання зазначених та інших інструментів в управлінні ЗЕД – безсумнівна ознака використання принципу науковості.

Системність ЗЕД означає, насамперед, що між окремими її складовими існують міцні взаємозв'язки. Самі складові ЗЕД можуть бути виділені за різноманітними ознаками. Безсумнівно, одним із найбільш важливих є контракт (договір) ЗЕД. Виходячи з цієї ознаки, необхідно забезпечувати належний взаємозв'язок між всіма статтями контракту: якістю товару, базисними умовами постачання і ціною, валютою ціни, валютою розрахунку і формами платежу, термінами постачань і транспортних умов, предметом контракту та арбітражем і тд. Системні взаємозв'язки існують і в період між укладанням та виконанням контрактів. Принцип системності передбачає також необхідність розуміння менеджерами компанії, що ЗЕД є лише частиною її бізнесу. І якщо внутрішній національний бізнес організований не достатньо продуктивно, це загрожує і міжнародним операціям. Помилки, прорахунки і втрати компанії в операціях на внутрішньому ринку будуть серйозним сигналом для партнерів цієї компанії по міжнародному бізнесу.

Принцип взаємо-вигідності ЗЕД, на перший погляд, не має особливих ускладнень і виглядає очевидним: кожний партнер, що бере участь у міжнародних операціях, одержує свій прибуток. Проте дотримуватися цього принципу не просто через значну кількість часу, необхідного для виконання угод, зміни валютних курсів, наявності різноманітних зв'язків між окремими міжнародними угодами, використання бартерних операцій та ін. Тому дотримання принципу взаємо-вигідності потребує ретельного аналізу і врахування, розмежування різноманітних потоків прибутків і витрат.Крім наведених загальних принципів управління ЗЕД, є і національні принципи, яких теж необхідно дотримуватись.

При здійснені управління зовнішньоекономічною діяльністю суб'єкти України й іноземні суб'єкти господарської діяльності керуються такими принципами:

- ✓ суверенітету України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у виключному праві громадян України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України; обов'язку країни неухильно виконувати всі договори і зобов'язання в сфері міжнародних економічних відносин;
- ✓ свободи зовнішньоекономічного підприємництва, яка полягає у праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки, здійснювати їх у будь-яких формах, які прямо не заборонені чинним законодавством України, дотримуватися при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності законів України, бути власниками всіх одержаних результатів зовнішньоекономічної діяльності;
- ✓ юридичної вірності і неприпустимості дискримінації, тобто рівність перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі державної, заборонені будь-яких, крім передбачених законами України, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ДО ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ісмаілов І.І., студ. 5 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стоянець Н.В.

Протягом свого життя людина прагне досягнути своєї цілі. Стимулів, які при цьому управляють його вчинками дуже багато. Вони з'являються в результаті взаємодії людини з природою та соціальним середовищем.

Людина живе у цьому середовищі і залежить від нього у своїй життєдіяльності. Відносини, що виникають, спонукають її до діяльності. При цьому виникають потреби (стани напруженості), що пов'язані з відчуттям дефіциту. Психічна напруженість є "силою", що стимулює активність, яка направлена на пошук предмету потреби та на її задоволення. Потреба, що знайшла свій предмет, перетворюється у мотив, безпосередній стимул діяльності.

У звичайній мові ми користуємося словом "мотивація", щоб сказати, що людина робить щось охоче або за своїм власним бажанням. Мотивація, як "процес спонукання себе та інших людей до діяльності для досягнення цілей", має велике значення у трудовому житті людей.

При рішенні виробничих завдань велику роль грає мотивація персоналу, саме тому керівнику необхідно мати уяву про наявність у трудовому колективі характеристик, необхідних для досягнення встановлених цілей, а також про рівень мотивації кожного працівника. Вступивши до третього тисячоріччя, ми повинні віддавати собі звіт у тому, що середовище, яке нас оточує постійно змінюється з прогресивною інтенсивністю. Особливо високий темп змін у сфері менеджменту та бізнесу. На практиці це означає, що в нових умовах будуть виживати лише ті структури, які зможуть налагодити ефективний механізм адаптації до змін, що відбуваються. Ключовою ланкою цього механізму є система мотивації персоналу. Оскільки лише персонал відданий фірмі, який вірить в її майбутнє та прагне допомогти їй пристосуватися до нових умов господарювання, здатен протиставити свою енергію виклику змін. В свою чергу, фірма повинна зробити усе, що від неї залежить для того, щоб підтримати високий рівень мотивації у своїх робітників, максимально задовольнити їх потреби, сприяти розкриттю потенціалу кожного співробітника. Для рішення цих завдань практично всі базові компанії Заходу встали на шлях розробки та упровадження довгострокових та багатопланових програм розвитку мотивації робітників. Беручи до уваги об'єктивні обставини та враховуючи світовий досвід, керівники усіх українських підприємств та організацій повинні усвідомити необхідність упровадження комплексної програми модернізації всієї системи мотивації персоналу. Для більш ефективної реалізації цього процесу необхідно взяти до уваги деякі поради:

1) перед тим як приступати до рішення складної та багатопланової проблеми мотивації, керівникам слід добре уявити теорію цього питання;

2) не можна приступати до створювання програми мотивації доки не розроблена концепція та модель системи мотивації персоналу;

3) слід віддавати собі звіт у тому, що формування програми мотивації потребує значних ресурсів: інтелектуальних, фінансових та витрат часу. В умовах становлення ринкової економіки питання мотивації управлінського персоналу до праці відіграють важливу роль як для успіху окремої організації, так і для функціонування економічного сектора загалом. Як відомо, управлінський персонал відіграє особливу роль у діяльності промислового підприємства. Безпосередньо не створюючи матеріальних благ чи послуг, вони впливають на всі аспекти виробництва – організаційний, технічний, економічний, соціальний, ухвалюючи ті чи інші управлінські рішення, від ступеня прогресивності яких залежить ефективність роботи підприємства. Тому актуальними є розроблення і впровадження систем стимулювання керівних кадрів як найдієвішого каталізатора у підвищенні трудової активності, сприянні в досягненні особистих цілей і стратегії підприємства.

Формування мотиваційної моделі як комплексно-цільової системи забезпечує поєднання інтересів підприємства і його персоналу. Вона не повинна бути константою, а має змінюватися. Саме тому процес її формування та розвитку - неперервний і повинен оперативно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовищ організації.

Основа мотиваційної моделі відображає безпосередню процедуру реалізації процесу мотивації персоналу на підприємстві з визначенням відповідальних за її впровадження осіб, їхнього статусу та функціонального призначення в організаційній структурі управління, а також фінансову сторону виконання положень стратегії мотивації.

Неможливо розробити шаблонний підхід до мотивації працівників. Саме тому теоретики та практик менеджменту акцентують увагу не на проектуванні типової моделі мотивації, яка буде придатною до впровадження на будь-якому підприємстві, а на розробці та впровадженні певних критеріїв, принципів, правил організації мотиваційного процесу, яким зможуть управляти менеджери в напрямку, найбільш сприятливому для організації, та за умови гармонізацій відносин власник-працівник у напрямку задоволення інтересів останнього.

ПЕРСПЕКТИВА ВИХОДУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

Затула А.В., студ. 5 курсу ІЗО, спец. «Менеджмент ОПЗ»

Для кожного підприємства, що розвивається настає момент, коли його починає не задовольняти характеристики внутрішнього ринку чи економічні умови в державі, тому само собою виникає питання виходу підприємства на зовнішні ринки. Для України це доволі актуальне питання, але нестача фінансових засобів та невідповідність продукції міжнародним стандартам, а також застарілість технологій, є, для багатьох підприємств, одними з основних причин, що перешкоджають виходу на закордонні ринки.

В Україні існують підприємства, продукція та послуги яких є конкурентноздатними не тільки на вітчизняному ринку, а потенціал виробництва перевищує внутрішні потреби країни. Тому для збільшення обсягу продажу продукції та більш ефективного використання виробничих потужностей цим підприємствам необхідно шукати нові ринки збуту. Підприємству, що вирішило вийти на іноземний ринок, необхідно взяти до уваги існування обмежень і перешкод у міжнародній торгівлі. До таких обмежень належать: митні тарифи, валютний контроль із боку держави, ряд нетарифних бар'єрів.

Ці особливості значно підвищують загальний ризик підприємницької діяльності на міжнародному ринку. Тому підприємству необхідно дуже ретельно обміркувати стратегію виходу на зовнішні ринки.

Аналізуючи стан зовнішньої торгівлі аграрною продукцією, слід зазначити, що основними споживачами української продукції є країни ЄС, Росія, Білорусь, Ізраїль, Корея, Польща та ін. Найбільшим попитом на зовнішніх ринках користуються олійні культури, продовольча і фуражна пшениця, м'ясо і продукти його переробки. За даними Державного Комітету статистики, в 1998 р. Україна експортувала 12 % всього обсягу експорту пшениці до Ізраїлю, 16 – до Кореї, майже 6 –до Швейцарії, Угорщини та країн СНД,близько15 % - до країн ЄС. Експорт насіння соняшнику в 1998 року до Туреччини становив 17 % всього обсягу експорту, країн ЄС – 65%, країн СНД - близько 2, до Марокко – 5, до інших країн – 11 %.

Для створення сучасного конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва в Україні суттєве значення має формування інноваційної культури в країні, механізму втілення на практиці. Осередком її формування в агропромисловому комплексі України могли б стати сільськогосподарські технополіси, створені принаймні по одному в кожному з регіонів нашої країни. Вони дозволять децентралізувати аграрний науково-технічний потенціал, стануть регіональними осередками технологічного розвитку, які об'єднають в науково-виробничий моноліт аграрні заклади освіти різних рівнів, науково-дослідні інститути і станції, підприємства різних форм власності з виробництва та переробки сільськогосподарської продукції і сировини.

Важливо створити необхідні умови для захисту вітчизняного сільськогосподарського товаровиробника і підвищення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції на зовнішньому ринку.

Використані джерела:

www.bookz.com.ua/9/13.htm – Підручник он-лайн «Підприємництво в аграрному секторі економіки»

www.udau.edu.ua/library.php?pid=105 – Експорт, як модель виходу на зовнішні ринки

Вісник ЖДТУ №1 (47) Економічні науки «Планування та формування продуктової стратегії підприємства при виході на зовнішній ринок»

УПРАЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Полєщук Н.М., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Гречаний В.М.

У системі ринкових економічних відносин сільське господарство повільніше пристосовується до підприємницького середовища через дію низки специфічних особливостей галузі, зокрема агробіологічних чинників, низької еластичності попиту, сезонності виробництва, що вимагає пошуку дієвих інструментів гнучкого пристосування можливостей підприємства до вимог ринку. Саме впровадження маркетингового підходу у практичну діяльність сільськогосподарського товаровиробника забезпечить більш оперативну адаптацію підприємств до ринкового середовища і забезпечить його конкурентоспроможність і сталий розвиток.

Теоретичним і прикладним аспектам збутової політики сільськогосподарських підприємств приділяється багато уваги в сучасній економічній літературі. Теоретико-методичним і практичним питанням розвитку маркетингу присвячені роботи Л.В. Балабанової, А.В. Войчак, А.А. Воронова, М.О. Герасимчука, С.С. Гаркавенко, А.Ф. Павленка, І.О. Спіцина, А.О Старостиної, Л.А. Стрий, а також зарубіжних авторів – Р. Кея, Дж.Ул. Колза, Ф. Котлера, Р. Моріса, Л. Роджера. Специфіка формування маркетингових відносин у сільському господарстві досліджувалася в роботах В.Г Андрійчука, Г.О. Андрусенка, О.М. Варченко, І.А Гоголя, Т.Г. Дударя, В.В. Зіновчука, С.М. Кваші, Н.М. Козуб, В.М. Колесника, О.С. Колесова, Т.М. Лозинської, П.Т Саблука, М.П. Сахацького, І.О. Соловйова, О.М. Шпичака та ін. Сформульовані в їхніх працях наукові концепції, положення, висновки і рекомендації посідають важливе місце в сучасній теорії маркетингу і дозволяють усвідомити труднощі реалізації маркетингових підходів у практичній діяльності суб'єкта господарювання аграрної сфери. Поряд із цим нині потребують негайного вирішення питання щодо розроблення механізмів ефективного збуту сільськогосподарської продукції, налагодження взаємодії суб'єкта аграрного ринку, ролі і місце маркетингового відділу в сільськогосподарському підприємстві. Недостатнє вивчення цих питань та їх важливість для забезпечення ефективного розвитку національної аграрної економіки.

У країнах з розвиненою економікою система маркетингу в аграрному секторі будується, переважно, по двох напрямках – з боку спеціалізованих посередницьких організацій та з боку самих сільських товаровиробників. Окрім того, значну роль в обох випадках відіграють незалежні підприємці.

У сучасних умовах від фермерських господарств відокремилися і перетворилися в самостійні індустрії практично всі сфери, не пов'язані безпосередньо з виробничою діяльністю. Спеціалізовані фірми взяли на себе такі операції: виробництво і постачання сільськогосподарським підприємствам матеріально-технічних засобів; племінна робота; ветеринарне обслуговування; фінансові операції; послуги у сфері управління, збуту готової продукції і т. ін. Щодо зв'язків між фермером і фірмами, які надають йому послуги, то тут переважають взаємозв'язки вільного ринку.

Система управління збутовою діяльністю повинна відповідати головним напрямкам господарської діяльності підприємства, забезпечувати такий зміст виробничої, збутової, складської, транспортної та іншої діяльності, при якій вчасно реалізовується продукція споживачеві. Управління маркетингом є важливим складовим елементом діяльності сільськогосподарських підприємств при їх ринковій орієнтації, що забезпечує отримання більш широких можливостей їх розвитку, підвищення ефективності роботи підприємства. Метою дослідження є вдосконалення організаційної структури управління збутовою діяльністю підприємства. У цьому зв'язку доцільно розглянути процес організації цієї діяльності на підприємстві як такий, що складається із двох напрямків: по-перше, він повинен забезпечити оптимальне сполучення та ефективне використання усіх видів економічних ресурсів для отримання фінансових результатів від виробничо-збутової діяльності; по-друге, процес організації через реалізацію функцій управління повинен координувати та контролювати збутову діяльність. Організаційна структура управління збутовою діяльністю на підприємстві - це сукупність управлінських і виробничих підрозділів, що організовують і здійснюють комплекс збутових операцій з постачання готової продукції споживачам відповідно до їх вимог. Управління збутовою діяльністю на підприємстві здійснює відділ збуту або створюють відділу маркетингу організація. Працівники відділу збуту, поряд із типовими функціями, можуть виконувати й інші обов'язки (серед яких і функції маркетингу) - з метою збільшення обсягу продажу й завоювання престижу організації. Управління збутом продукції включає в себе проведення аналізу ринків збуту і попиту на продукцію підприємств та розробляють стратегію і тактику завоювання ринку

Таким чином, оцінка сучасного стану розвитку агарного сектора національної економіки України та маркетингової діяльності дають змогу визначити його кризовий характер. Дослідженнями встановлено, що негативні явища охопили фактично всі підприємства, незалежно від організаційно-правової форми господарювання. На основі проведеної оцінки зауважимо, що однією з причин кризи є недостатня пристосованість внутрішніх факторів виробництва до зовнішніх умов ринку, тобто відсутність реалізації ефективної маркетингової стратегії та управління збутовою діяльності сільськогосподарських підприємстві.

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ

Горетий А.М., студ. 5курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник :к.е.н., доцент Малютін А.К.

Імідж підприємства виступає як один із інструментів досягнення стратегічних цілей організації, що торкаються основних сторін її діяльності та орієнтовані на перспективу. Переваги позитивного іміджу очевидні. Однак позитивна популярність не з'являється сама собою і не існує сама по собі. Вона вимагає цілеспрямованої систематичної роботи з формування позитивного іміджу. Сприятливий образ-імідж повинен бути адекватним, оригінальним, пластичним і мати точну адресу.

Бути адекватним - значить відповідати реально існуючому образу чи специфіці фірми. Бути оригінальним - значить відрізнятися від образів інших фірм (товарів), особливо однотипних. Бути пластичним - значить не застарівати, не виходити з моди, змінюючись, здаватися незмінним. Мати точну адресу - значить бути привабливим для визначеної цільової аудиторії, тобто для дійсних і потенційних замовників.

Над даним питанням працювали такі науковці: Петренко В.Ф., Шмельов А.Г., Ністратов А.А., Джи Б.Ж., Ілляшенко С.М., Гуревич П.П., Почепцов Г.В., Борецький Р.О., Кузнецов Г.Л., Зверева Н.О., Лазутіна Г.Р., Поберезникова Є.Г., Браун Л.Н. та ряд інших.

Імідж організації - це образ організації, який існує у свідомості людей. Можна навіть сказати, що в будь-якій організації існує імідж поза залежністю від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі. У випадку відпускання питання іміджу на самоплин він складається в споживачів стихійно, і немає ніякої гарантії, що він буде адекватним і сприятливим для фірми.

До основних задач іміджу можна віднести: підвищення престижу фірми, тому що розробка фірмового стилю свідчить про увагу фірми не тільки до питань виробництва; підвищення ефективності реклами і різних заходів щодо просування товару; полегшення введення на ринок нових товарів (послуг), тому що фірмі зі сформованим іміджем вивести товар на ринок легше; підвищення конкурентноздатності фірми, тому що в умовах рівного товару конкуренція ведеться на рівні іміджів фірм.

Штучне створення іміджу краще довірити професіоналам високої кваліфікації, тому не слід заощаджувати засоби на його створення. Імідж може бути складним чи дуже простим. Він може бути стійким, що грунтується на тривалому досвіді використання, або дуже нестійким та динамічним. Він може бути чітким та визначеним чи розпливчастим, різним для різних людей. Імідж створюється з багатьох складових: найменування, ціни, упаковки, стилю реклами та якості самого продукту. Тому фірми та продукти можуть бути або «особистостями», або безликими «ніхто».

Практика довела, що формування іміджу підприємства — процес складний та багатогранний. Практично кожне підприємство, яке визнає необхідність забезпечувати собі певну репутацію та просування на ринку, має штатних співробітників, які займаються цими питаннями у складі служби маркетингу. Створення іміджу будь-якого підприємства відбувається за основними складовими, які на сам перед дуже чуттєво формують думку про підприємство, а саме: чуттєвий імідж; нечуттєвий імідж; внутрішній імідж; зовнішній імідж. Для створення іміджу використовують такі інструменти, як позиціонування, маніпуляція, міфологізація, емоціоналізація та візуалізація.

1. Позиціонування - розміщення підприємства у ринковому середовищі, зайняття певної позиції, яка відрізняється від позицій конкурентів.
2. Маніпуляція - переведення уваги з головного об'єкта на інший, наприклад на будь-яку особу, яка в подальшому асоціюється з головним героєм.
3. Міфологізація - створення міфу, в який підсвідомо бажає вірити цільова аудиторія і який практично не підлягає перевірці, оскільки підтверджується загальноприйнятим "усі так думають".
4. Емоціоналізація - подання емоційно цікавої, різноманітної інформації, яка і зацікавить, і заохотить, і краще запам'ятається.
5. Візуалізація - створення візуальних елементів іміджу: товарних знаків, логотипів, кольорів тощо.

Побудова іміджу здійснюється з урахуванням основних принципів маркетингової комунікації з метою зробити підприємство не тільки відомим, а й привабливим. Імідж є найефективнішою формою подання повідомлення, здатною створити у цільової аудиторії саме таке сприйняття, яке необхідне для досягнення конкретних цілей.

Вдало сформований імідж запам'ятовується і закріплюється у свідомості цільової аудиторії, він є своєрідним сигналом до позитивного сприйняття підприємства і завдяки цьому може подолати такі перешкоди, як недовіра і неувага, характерні для масової свідомості Сильний імідж підприємства і вироблених ним товарів є найважливішою стратегічною перевагою підприємства, щоб бути конкурентоспроможними на ринку.

Створення і підтримка сильного іміджу вимагає великих витрат, тривалого часу, виникає протиріччя між необхідністю постійно мати досить високий прибуток і довгострокові інвестиції в імідж, що не дають швидкої віддачі. Але треба розуміти, що якщо один раз підприємство уступить ринкові позиції, то повернутися на них буде вкрай складно, практично неможливо.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ І ОРГАНІЗАЦІЯХ

Калінічук А.Ю., студ. 5 курсу ФМ, спец. «Адміністративний менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лісова Л.О.

Підприємство - це не тільки організаційна, технічна, інформаційна, але й економічна і соціальна система, в якій найважливішим є людина - жива, творчо активна зі своїми недоліками і вміннями.

Людина - як ресурс виробничої системи є найважливішим елементу процесу виробництва і управління; людина - як особистість із конкретними потребами, мотивами, цінностями, відносинами - головний суб'єкт управління.

Однією з кардинальних порблем становлення практики менеджменту в Україні на думку Ф.І. Хміля є формування сучасної культури організації. Він вважає, що стратегія розвитку організації повинна включати такі основні напрями змін: переоцінка цінності організаційї та її членів, зменшення напруженості між робочими групами та в середині них, поліпшення управління колективом, розробка систем, заснованих на принципах органістичності, а не механістичності побудови організації. Таким чином, розвиток органанізації означає мобілізацію всіх членів на забезпечення ефективного функціонування організації.

Формування нової управлінсткої культури в Україні, на думку Г.А. Дмитренко, повинно базуватись на антропосоціальному підході, тобто такому, який поєднує осибистість і соціум. Він пише: «Сьогодні ще далеко не всім зрозуміло, що «ахілесовою п'ятою» української економіки є неефективний механізм управління людськими ресурсами, а ключовою проблемою адаптації України до європейської спільноти економічно розвинутих країн є відхід від технократичного та перехід до антропосоціального стратегічного управління.

Управління персоналом є універсальною задачею і основою функцією керівника, який управляє тими співробітниками, яким він делегував повноваження, задачі і компетентність.

Коли економіст або інженер стають керівником, він повинен управляти не тільки технологічним процесом, забезпечення матеріально-технічними ресурсами, а людьми, керівник повинен приділяти увагу вмінням, суперечкам, поведінці. Вміти належним чином організувати виробничий процес для отримання прибутку.

Ринок постійно змінюється. Організація вимушена бути динамічною і здатною адаптуватись не тільки до змін зовнішнього середовища, але і до їх швидкості. У цьому випадку організація повинна представляти собою не застиглу систему, а мобільний організм з єдиним постійним фактором - оновлення і нероз'єднаного розвитку. Критичними факторами успіху без яких практично неможливий розвиток - це наявність кваліфікованого персоналу.

Від того, наскільки управлінські кадри і весь персонал об'єкта управління будуть відповідати рівню вимог ринка, залежить реалізація економічних реформ. У зв'язку з цим виникає необхідність у науковому підході до управління персоналом і в розробці принципіально нової кадрової політики для народного господарства. Ефективне управління передбачає продуктивне використання людських ресурсів, а інтеграція вітчизняного господарства у світову систему економічних відношень - ширше вивчання передового досвіду західних країн в області кадрового менеджменту.

Актуальні напрямки розвитку управління персоналом пов'язані знов таких з ринково - орієнтованими змінами в економіці, технології, соціальній сфері і правових відношень. Перехідні процеси у соціальній і політико-правовій сфері призвели до виникнення нових напрямків управління:

1. Стратегічного менеджменту персоналу;
2. Особисте планування кар'єри менеджера;
3. Техніка кадрового регулювання;
4. Управління персоналом у економічно важкий час.

Рішення перелічуваних проблем і досягнення успіхів на нових направленнях мають єдину спільну основу. Це орієнтація на співробітника. Організація повинна орієнтуватись на управління процесами і управління персоналом, останнє має вирішальне значення.

Відповідальність за загальне керівництво трудовими в основному полягає на професійно підготовлених робітників відділу кадрів. Для того, щоб такі спеціалісти могли активно сприяти реалізації цілей організації, їм потрібні не тільки знання і компетенція у своїй області, але й обізнаність про потреби керівництва нижчої ланки.

Процеси трансформації, у якій увімкнена організація, не можливе без змін вимог до співробітників і у першу чергу до самого персоналу управління. Ці зміни стосуються вмінь набору кадрів, оперативного плану праці, підвищенню кваліфікації, розвитку кар'єри і т.п., в цьому і полягає необхідність удосконалювати управління персоналом.

Отже, особистий потенціал людини, ділові якості служать джерелом і вихідними принципами розвитку організації. У зв'язку з цим управління персоналом є універсальною задачею й основною функцією керівника.

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОНЦЕПЦІЙ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВОМ

Жмайлов В.М., к.е.н., проф.

В сучасних умовах розвитку економічної системи України важливою задачею для вітчизняних підприємств є пошук нових інструментів для підвищення власної конкурентоспроможності та ефективності виробничо-збутової діяльності. Закордонний досвід та вітчизняна наука визнають пріоритет маркетингу в системі управління підприємства, як філософії, яка забезпечує задоволення потреб споживача на основі їх уподобань. Нажаль, маркетингова діяльність більшості підприємств України знаходиться на стадії зародження і ще не набула повноцінного розвитку. Процес організації господарської діяльності на основі концепцій маркетингу на вітчизняних підприємствах проходить по різному. Умовно всі підприємства, залежно від схильності до маркетингової діяльності, як важливої складової системи управління підприємством можна розподілити на чотири групи: 1) підприємства, які взагалі не здійснюють маркетингової діяльності; 2) підприємства які в своїй діяльності впроваджують окремі елементи маркетингової діяльності; 3) підприємства, що застосовують окремі системи взаємопов'язаних елементів маркетингу; 4) підприємства, які в своїй діяльності повністю переорієнтовані на маркетинг, як основну філософію управління підприємством.

Найбільшою за чисельністю є друга група, до якої належить переважна більшість підприємств торгівлі, частина дрібних та середніх підприємств промисловості, АПК та інших галузей економіки. В своїй діяльності вони переважно користуються трьома концепціям, які знаходяться на початковому етапі еволюції маркетингу: виробничою, товарною та збутовою. Підприємства, які входять до третьої групи, розуміючи роль та значення маркетингу, будують управління виробничо-збутовою діяльності на основі збутової та маркетингової (традиційно, ринкової) концепції. Вони намагаються розробляти маркетингові стратегії для цільових ринків, впроваджувати в життя системи комплексу маркетингу, розробляти власні торгові марки.

Четверта група підприємств є найменш чисельною, однак до неї належать найбільш прогресивні підприємства. В більшості випадків це крупні холдинги чи корпорації, а також філіали чи дочірні підприємства транснаціональних компаній. Розуміння представниками цієї групи процесів, які на сьогоднішній день відбуваються у суспільстві, вимагає від них безпосередньої реакції та інтерактивної комунікації, для того, щоб задовольнити найвибагливіші запити споживачів. Враховуючи те, що традиційні методи прогнозування на сьогодні є малоефективними, ці підприємства розробляють системи, основані на організаційній гнучкості і плануванні з врахуванням непередбачуваних обставин. Крім того, боротьба суспільства за колективне задоволення та екологічну чистоту вимагають більш відповідальних підходів до маркетингу. В сукупності все це зумовило появу нових, сучасних концепцій маркетингу, які є адаптованими до впливу глобального ринкового середовища.

Намагання уникнути можливих ризиків пов'язаних з постійним пошуком партнерів призвело до появи концепції маркетингу відносин, коли підприємство встановлює довготривалі взаємини із цільовими ринками. Це може бути підписання довгострокових стратегічних угод про співпрацю, створення асоціацій чи корпоративних форм з іншими учасниками ринку, посилення інтеграційних процесів. Крім того, встановлюються довгострокові відносини із споживачами за рахунок розробки програм лояльності, впровадження дисконтних карт тощо.

Важлива роль в сучасних умовах належить соціально-етичному маркетингу, який орієнтований на максимальне задоволення запитів споживача з врахуванням вимог ефективного використання ресурсів і захисту навколишнього середовища та спрямований на задоволення існуючих та очікуваних стратегічних потреб суспільства в цілому. Дослідження теоретичних розробок у сфері сучасного маркетингу дозволяє зробити висновки відносно сутності концепції соціально-етичного маркетингу, яка передбачає виявлення ще незадоволених потреб споживача, для того щоб орієнтувати виробництво на задоволення саме цих потреб та перемоги конкурентів у боротьбі за певний сегмент ринку.

Сучасний розвиток науки призвів до того, що підприємствам необхідно диверсифікувати свій товарний портфель, в сторону додаткової вартості на основі технологічного розвитку. В таких умовах об'єктивно необхідним є запровадження інноваційного маркетингу – тобто досягнення лідируючих позицій з врахуванням потреб і запитів споживачів так і власних потреб за рахунок використання інноваційних підходів у маркетингу.

Таким чином, на сьогоднішній день можемо констатувати появу нових маркетингових концепцій, що зумовлено неоднорідністю та підвищеною мобільністю функціонування зовнішнього середовища. Посилення глобалізаційних та інтеграційних процесів на світовому ринку призвело до появи нових ринкових суб'єктів, а відповідно підвищило рівень конкуренції як на міжнародних, так і на внутрішньому ринках. Підприємства, які прагнуть до збереження та покращення своїх конкурентних позицій, мають вести постійний моніторинг сучасних маркетингових підходів до управління підприємством та застосовувати їх в своїй діяльності.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ГОРОБИНА»

Полозова Т.В., студ. ФМ, спец. «АДМ»
Науковий керівник: к.е.н., проф. Жмайлов В.М.

Промисловий потенціал України є одним з фундаментальних системотворчих елементів національної економічної системи. Промисловість лежить в основі відтворювального циклу національної економіки і є базою, на яку спирається діяльність інших секторів економіки (сільського господарства, енергетики, будівництва, торгівлі, фінансової діяльності, сфери послуг тощо), а також рушієм соціально-економічного розвитку держави.

Виробництво лікеро-горілчаної продукції, що складалося протягом багатьох тисячоліть, перетворилося на могутню силу, яка впливає на життя і культуру практично всіх держав світу. В теперішній час лікеро-горілчана промисловість займає потужні позиції у розвитку харчової промисловості України загалом. Але, незважаючи на активний розвиток даного сектору економіки України, існують і проблеми, які перешкоджають як внутрішньому, так і зовнішньому її розвитку. Тому обговорення питання проблем і перспектив розвитку лікеро-горілчаної галузі є активним та актуальним в українському суспільстві.

Компанія «Горобина» - один з небагатьох лікеро-горілчаних підприємств України з більш ніж сторічною історією і єдиний виробник горілки та лікеро-горілчаної продукції в Сумській області. ТОВ «Горобина» веде свою історію з далекого 1897 року. Створена в січні 2001 року на базі орендного підприємства «Сумський лікеро-горілчаний завод» ТОВ «Горобина» продовжила вікові традиції сумських майстрів. Завдяки нововведенням значно покращилися якісні показники асортиментної продукції. Високе технологічне оснащення, досвід, накопичені роками традиції, стабільну якість продукції роблять завод «Горобина» унікальним підприємством. Яке постійно удосконалює виробничі технології у відповідності зі змінами в державних стандартах.

На автоматизованих лініях заводу випускається більше 30 видів алкогольної продукції: горілка, гіркі настоянки, бальзам, вермути лікерні з коньяком. Вся продукція випускається під торговими марками «Сумський Двір» і «Губернія». Якщо до 2001 року основними споживачами Сумського лікеро-горілчаного заводу були жителі Сум та Сумської області, то на даний момент продукція компанії «Горобина» успішно реалізується у всіх областях України та в Автономній республіці Крим.

Якість напоїв, як і інших харчових і смакових продуктів, оцінюється на підприємстві аналітичними й органолептичними методами. Смак і аромат напою, які є визначальними факторами якості напою, сьогодні не можуть бути оцінені приладами. Тому споживчі якості визначаються суб'єктивними, органолептичними методами, тобто за допомогою органів почуттів людини: нюхових, смакових, дотикальних і зорових.

У виноробному й лікеро-горілчаному виробництві результати сенсорного (органолептичного) дослідження виражають в умовних одиницях - балах. Застосовується 10-бальна система, по якій максимальна оцінка напою не може бути більше 10.

Вищий бал надається горілці бездоганної прозорості, з характерним для неї ароматом, у якому відсутній захід спирту або інших сторонніх речовин, з однорідним смаком при відсутності в ньому пекучості, гіркуватого або солодкуватого присмаку.

Настойці вищий бал присвоюється, якщо вона має бездоганні прозорість і колір, округлений аромат плодово-ягідної або ароматичної сировини, з якого виготовляється, якщо відсутні запах спирту й окремих речовин, що входять до складу напою.

Органолептична оцінка в ТОВ «Горобина» провадиться комісією усередненням балів всіх її членів. При правильному проведенні дегустації й підборі членів комісії органолептичний метод із суб'єктивного перетворюється в досить надійний, об'єктивний. Дегустатори при роботі повинні бути зовсім здоровими, не стомленими, мати гарний настрій, не бути голодними. Вони не повинні користуватися одеколоном і парфумами, мити руки запашним милом і курити.

Для більше тонкої й глибокої дегустації, виявлення фальсифікацій прибігають до попереднього поділу напою на складові фракції шляхом дистиляції в спеціальній установці з наступним дослідженням кожної окремо. Органолептичну оцінку лікеро-горілчаних виробів здійснюють за 10-баловою системою, у відповідності з якою вищий бал для смаку - 4, для запаху - 4, кольору - 2. Мінімальна кількість балів складає: для бальзамів - 9,2; для лікерів, кремів, наливок, пуншів, настойок солодких, напівсолодких і гірких, десертних напоїв і аперитивів - 9,2; для настойок гірких слабоградусних - 8,8 бала.

Таким чином, ми дійшли висновку, що в досліджуваному підприємстві велика увага приділяється інноваційній складовій забезпечення високої якості продукції. Керівництво ТОВ «Горобина» постійно дбає про покращення якості та здійснює новаторський інноваційний підхід в управлінні, що дає можливість зберігати стійкі конкурентні позиції на ринку лікеро-горілчаної продукції.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Остапенко А.М., студ. 4 курсу ФМ, спец. «Економіка і підприємництво»
Науковий керівник к.е.н., доцент Самошкіна І.Д.

Будівельна галузь є однією з найважливіших галузей народного господарства, від якої залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання в країні. Важливість цієї галузі для економіки можна пояснити наступним чином: капітальне будівництво, напевне, як ніяка інша галузь економіки, створює велику кількість робочих місць і споживає продукцію багатьох галузей народного господарства.

Першочерговою проблемою, яка постає перед будівельною галуззю на даному етапі, є питання створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні, реальних фінансово-кредитних механізмів для стимулювання промислового та житлового будівництва з метою підвищення конкурентоздатності галузі, через те, що ринкові умови господарювання вимагають формування нових засад взаємовідносин учасників інвестиційного процесу у капітальному будівництві.

Стабільний розвиток будівельної галузі багато в чому залежить від використання державою адекватних механізмів реалізації антикризової політики. Кризова ситуація, що склалася в будівництві, виникла переважно через відсутність цілісної державної стратегії розвитку інвестиційно-будівельного комплексу.

Основною метою державного управління інвестиційно-будівельним комплексом в умовах кризового стану економіки є розробка і проведення такої політики, яка забезпечить подолання кризи, стабілізацію і розвиток в інтересах задоволення потреб будівельників, інвесторів і населення.

Результати оцінки тенденцій розвитку інвестиційно-будівельного комплексу, ризиків та кризових явищ дозволили обґрунтувати основні напрямки антикризової політики держави: перегляд земельних відносин і їх нормативного оформлення; поліпшення кадрового забезпечення галузі; розвиток виробництва будівельної продукції та матеріалів; впровадження інновацій і ресурсозбереження; оптимізація фінансового, матеріального забезпечення будівництва; захист будівельних об’єктів і учасників будівництва; зниження негативного впливу будівельного комплексу на навколишнє середовище; розробка державних програм підтримки житлового будівництва.

Указані напрямки поглиблені за рахунок деталізації змісту запропонованих цільових програм державного і регіонального значення, зокрема: «кадри будівництва», «інновації і ресурсозбереження у будівництві», «страхування у будівництві», «розвиток житлового будівництва».

Метою стратегії антикризового регулювання будівельної галузі встановлено створення організаційних, фінансових та інформаційних передумов формування стабільної та високоефективної галузі, що володіє динамічним потенціалом, здатним забезпечувати зростання рівня добробуту населення і стандартів проживання, ефективне відтворення і модернізацію виробничого потенціалу.

Стратегічні цілі антикризового регулювання визначалися на основі проведення SWOT-аналізу і використання результатів оцінки залежності між ризиками, симптомами кризових явищ та індексом розвитку інвестиційно-будівельного комплексу. До них віднесено розвиток і впорядкування містобудування; модернізація будівельного виробництва; розвиток житлового будівництва.

Указані стратегічні цілі антикризового регулювання будівельної галузі підтверджуються обґрунтованими тактичними заходами щодо їх реалізації. Заходи пропонується поділити на першочергові для виходу з кризи (формування містобудівної політики; умов для залучення інвестицій; інвентаризація основних фондів, незавершеного будівництва; підтримка житлового і соціального будівництва; залучення до будівельного виробництва вторинних ресурсів; розробка програм і схем фінансування будівництва; створення переліку пріоритетних об’єктів регіонального і державного значення) та перспективні для подальшої стабілізації (завершеність забудови і гармонізація існуючого міського середовища; реконструкція і модернізація виробничої бази будівництва; освоєння новітніх технологій; регіональна спеціалізація будівництва; підвищення конкурентоспроможності потенціалу інвестиційно-будівельного комплексу; вихід на міжнародні ринки).

Отже, реалізація стратегії антикризового регулювання будівельної галузі передбачає вибір найбільш придатних механізмів регулювання з боку держави, регіональних органів влади, міст та управління з боку підприємств. Придатність механізмів для реалізації стратегічних цілей, виконання першочергових та перспективних заходів визначалася на основі критичної оцінки песимістичного, оптимістичного і реалістичного сценарію розвитку інвестиційно-будівельного комплексу. Це дало можливість розробити пропозиції щодо удосконалення механізмів організаційного, економічного, технологічного і фінансового характеру, які використовуються державою для реалізації антикризової політики у будівельній галузі.

РОЛЬ ПОДАТКІВ В ПРОЦЕСІ РОЗШИРЕНОГО ВІДТВОРЕННЯ

Максимова Н.О., к.е.н., доцент

Сучасний період розвитку економіки України характеризується збільшенням частки національного доходу, яка стягується за допомогою оподаткування. Податки – це частка національного доходу держави, яка набуває самостійного руху. Вони визначають роль держати, ступінь її втручання в процес розподілу знову створеної вартості. Для того, щоб зрозуміти вплив податків на весь процес виробництва і обігу капіталу, необхідно показати місце податків не тільки в національному доході, а й в валовому внутрішньому продукті (ВВП), пов'язати процес руху податків з розширеним відтворенням цього продукту. Вплив податків на економіку сучасного суспільства можна зрозуміти, тільки проаналізувавши зв'язок податків з усією системою виробничих відносин.

Більшість двохсот років тому А.Смітом вперше була створена наука про еволюцію державних фінансів. А.Сміт визначив податкову систему як більш або менш упорядковане здобування частини доходів самостійно господарюючих суб'єктів та висунув ряд принців побудови податкової системи таких як зручність сплати податків, рівномірності та дешевизни оподаткування. Вчені – представники класичної теорії оподаткування І Петті, Ж-Б. Сей та англійський економіст Д.Ріккардо (кінець УІІ – початок УІІІ сторіччя) вважали економічно стійкою та саморегульованою системою ту, в якій попит створює пропозицію, а при надлишку любого з них відбувається самозрівноваження шляхом переорієнтації виробництва на випуск такої продукції, яка б зменшувала дефіцит тих чи інших товарів. Податки відігравали роль джерела доходів бюджету, а полеміка велася навколо принципів справедливого їх утримання (рівномірного та прогресивного) і частини видобутку, обумовленого фіскальною потребою.

Стягнення в якості податків однієї третини або більшої частки валового внутрішнього продукту пов'язане, перш за все з поширенням сфери впливу держави на процес розширеного відтворення. В свою чергу, величина стягнення ВВП в більшості визначає структуру і темпи росту суспільного відтворення. Про роль податків в цьому процесі свідчать дані, які показують співвідношення між податками і головними показниками розширеного відтворення: власним споживанням та валовими капітальними вкладеннями.

Рух податків як частки вартості, акумульованої державою тісно пов'язаний з рухом всього суспільного капіталу. Значна частина заробітної плати, а також частка прибутку стягується державою у вигляді податків. Тому в процесі обігу суспільного капіталу в його грошовій формі відбуваються зміни, що відображено на рис. 1, який показує, що на першій стадії кругообігу грошовий капітал перетворюється в елементи продуктивного капіталу. Суб'єкти підприємницької діяльності придбають фактори виробництва: робочу силу і засоби виробництва. Працівник отримує свою частку національного доходу – заробітну плату і сплачує прямо або непрямо податки та збори. Фінанси не приймають участі на другій стадії кругообігу капіталу, тобто в продуктивному споживанні речових та власних факторів виробництва в і в перетворенні товару із продуктивної форми в товарну. На третій стадії кругообігу капітал переходить з товарної форми в грошову.

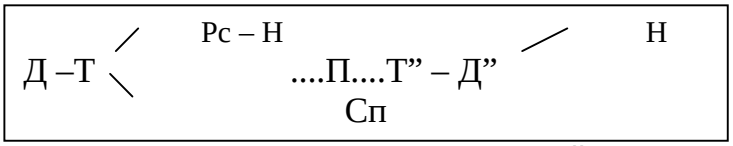

Рис. 1.1. Зміни в процесі обігу суспільного капіталу в його грошовій формі

Держава сприяє цьому переходу шляхом організації державного споживання, податкових пільг і інших заходів стимулювання власного і виробничого споживання. На цій стадії капітал знову набуває грошової форми . Частка отриманих грошових коштів витрачається господарюючим суб'єктом на сплату податків. Таким чином, частка грошового капіталу у вигляді податків постійно "виштовхується" із загального кругообігу і набуває самостійного руху. Маса грошового капіталу, вивільнена в збільшеному обсязі Д' за рахунок отримання додаткової вартості, витрачається не тільки для цілей розширеного відтворення, тобто купівлі засобів виробництва і найма робочої сили. Частина маси грошового капіталу Д' виходить з кругообігу як сплата податків Н. Заробітна плата також скорочується шляхом сплати податків.

Грошові кошти у вигляді податків, проходячи через структурні ланцюги фінансової системи, знову вливаються в кругообіг у вигляді державних коштів, які витрачаються на придбання товарів і послуг, виплату пенсій та різного роду допомоги, відсотків по державному боргу тощо.

Державна економічна політика в цілому, шляхом застосування податкового механізму, сприяє прискоренню оберненості всіх складових частин суспільного капіталу, завдяки наданню інвесторам різноманітних податкових пільг. Таким чином, податки в своєму русі здійснюють значний вплив на структуру ВВП.

СУЧАСНИЙ СТАН НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ УКРАЇНИ

Герасимчук Ю.В., студ 2 курсу ФМ, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Пенсійне забезпечення в Україні є основною складовою системи соціального захисту. Це спричинено значною часткою пенсіонерів у складі населення, що наразі сягає 28,6 % (і згідно з прогнозами у 2015 році збільшиться до 31%), а також питомою вагою пенсійних виплат у сукупних соціальних трансфертах.

Пенсійні фонди - це спеціалізовані фінансові посередники, які на договірній основі акумулюють кошти юридичних і фізичних осіб у цільові фонди, з яких здійснюють пенсійні виплати громадянам після досягнення певного віку.

Пенсійні фонди бувають державні та приватні.

Державні фонди, як правило, створюються за ініціативою центральних і місцевих органів влади. Вклади до них здійснюються шляхом нарахувань на заробітну плату всіх чи певних категорій працівників, або ж відрахувань з відповідних бюджетів. Тому й розміщення коштів цих фондів здійснюється переважно в державні цінні папери.

Приватні пенсійні фонди створюються, як правило, за ініціативою певних фірм, страхових компаній, тощо, для виплат пенсій та допомог своїм працівникам. Кошти їх формуються за рахунок відрахувань із заробітної плати працівників, відрахувань з прибутку при його розподілі, з доходів від розміщення коштів в активи

Приватні фонди можуть існувати як самостійні структури, а можуть управлятися самими корпораціями, що їх створили, чи за їх дорученням комерційними банками, трастовими чи страховими компаніями.

При аналізі показників НПФ привертає увагу передусім нерівномірність розподілення пенсійних активів У двох найбільших фондах сконцентровано 405,91 млн грн, або 48,18 % загальної суми активів в управлінні, в тому числі: • ВНПФ «Перший національний відкритий пенсійний фонд» –115,48 млн грн; • КНПФ НБУ – 290,43 млн грн.

Причому, якщо перший функціонує з 2004 р., то фонд НБУ почав діяльність наприкінці 2007 р.

За розподілом НПФ за обсягами активів в управлінні майже на 20 % «найбільших» та «великих» НПФ припадає близько 90 % активів усієї системи

Закон передбачає створення НПФ трьох видів – відкриті, корпоративні й професійні.

Домінування Відкритих НФП пояснюється універсальністю їх функціонування. Переважна більшість фондів є відкритими, тобто їх учасниками можуть бути будь-які особи, незалежно від професії, місця роботи. Невідповідність структур, видів фондів та обсягів активів тим, що до складу корпоративних належить найбільший КНПФ НБУ. Якщо середній рівень приросту пенсійних внесків протягом 2005-2008 років складав 156 % щорічно, то у 2009 році показник зменшився до 29,46 %

До основних ризиків, властивих добровільній пенсійній системі, належать такі:

- ризики, пов'язані з непрозорою конкуренцією;
- ризики, пов'язані зі структурою управління фондами і прозорістю;
- ризики, пов'язані з оцінюванням вартості активів;
- ризики, породжені обмеженим набором можливостей для досягнення оптимальної диверсифікації портфеля ;
- проблеми з розрахунками вартості одиниці пенсійних внесків;
- захист клієнтів.

Недостатній рівень мотивації населення щодо участі у НПФ слід вважати наслідком дії наступних чинників.

1.Недостатня обізнаність населення з засадами функціонування інституту НПФ. Згідно з соціологічного дослідження "Пенсійна реформа в Україні: дослідження суспільної думки 2010", про можливість участі у НПФ як спосіб заощадження та інвестування знають лише 20 % респондентів. При цьому вважають його привабливим лише 2 %, а планують використати у майбутньому лише 1 % опитаних. На недержавну пенсію як на джерело власних доходів після виходу на пенсію вказали 3 % респондентів, дві третини з яких складає молодь 18-36 років.

2. Низький рівень довіри населення до НПФ. Опитування засвідчило, що державним фінансовим установам довіряють більше, ніж приватним, але навіть до них довіра є низькою. Приватним банкам довіряють близько 15 % громадян України, далі йдуть страхові компанії (11 %) та інвестиційні фонди (6 %). Недержавним пенсійним фондам довіряють лише 5 % респондентів.

Основна причина незадовільних темпів розвитку недержавного пенсійного забезпечення полягає, в концептуальній помилковості запровадженої моделі.

Перспективними напрямами подальших розробок може бути розробка системи показників діяльності недержавних пенсійних фондів та їх включення до комплексного механізму державного регулювання розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Гуцал Т.Г., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Фінансова стійкість — це такий стан підприємства, коли обсяг його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство платоспроможне. Іншими словами, фінансова стійкість підприємства — це таке його становище, коли вкладені в підприємницьку діяльність ресурси окупаються за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечує самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів. Визначається фінансова стійкість відношенням вартості матеріальних оборотних активів (запасів та витрат) до величини власних та позикових джерел коштів для їх формування.

Одним з істотних компонентів фінансової стійкості підприємства є наявність у нього фінансових ресурсів, достатніх для розвитку конкурентоздатного виробництва. В свою чергу, самі фінансові ресурси можуть бути в необхідному обсязі сформовані тільки за умови ефективної роботи підприємства, яка зможе забезпечити одержання прибутку. За рахунок прибутку в ринковій економіці підприємство створює фінансову базу як для самофінансування поточної діяльності, так і для здійснення розширеного відтворення. Використовуючи прибуток, підприємство може не лише погасити свої зобов'язання перед бюджетом, банками та іншими підприємствами й організаціями, а й інвестувати засоби в нове будівництво, реконструкцію чи модернізацію наявного устаткування або заміну його прогресивнішим. При цьому для досягнення і підтримання фінансової стійкості важливий не тільки абсолютний обсяг прибутку, а й його рівень щодо вкладеного капіталу підприємства або затрат, тобто рентабельність.

Важливими показниками оцінки фінансового стану є показники фінансової стійкості, які визначають на основі співставлення суми власного і залученого капіталів підприємства. Найпоширенішим через них є коефіцієнт автономії. Зменшення цього показника до одиниці вказує на зниження фінансової стабільності підприємства і посилення залежності від залученого капіталу, що може спричинити до негативних наслідків виробничо–господарської діяльності підприємства.

Основними показниками, які характеризують фінансову стійкість підприємства, його незалежність від позикових коштів, є коефіцієнти автономії, фінансової стабільності (власних та позикових коштів), фінансового левериджу (залежно від довгострокових зобов'язань), забезпеченості власними коштами, фінансової залежності, відношення позикових і власних коштів, маневреності робочого та власного капіталу.

Загальна стійкість підприємства може бути забезпечена лише за умови стабільної реалізації (звичайно, своєчасної оплати за поставлену продукцію, надані послуги, виконані роботи) й одержання виручки, достатньої за обсягом, щоб виконати свої зобов'язання перед бюджетом, розрахуватися з постачальниками, кредиторами, працівниками тощо. Іншими словами, загальна стійкість підприємства передбачає насамперед такий рух його грошових потоків, який забезпечує постійне перевищення доходів над витратами.

Фінансову стійкість підприємства тісно пов'язано із перспективною його платоспроможністю, її аналіз дає змогу визначити фінансові можливості підприємства на відповідну перспективу.

Фінансова стійкість підприємства характеризується системою фінансових коефіцієнтів, які розраховуються як відношення абсолютних показників активу і пасиву балансу. Порівняння цих коефіцієнтів з базисними величинами (середньогалузевими, показниками фінансово стійкіших підприємств, оптимально розрахованими) дає можливість встановити рівень фінансової стійкості аналізованого підприємства.

Для характеристики фінансової стійкості підприємства використовується система абсолютних та відносних показників. Найбільш узагальнюючими абсолютними показниками фінансової стійкості є відповідність або невідповідність (надлишок або нестача) джерел коштів для формування запасів і витрат, тобто різниця між сумою джерел коштів і сумою запасів та витрат.

Фінансову стійкість підприємства тісно пов'язано із перспективною його платоспроможністю, її аналіз дає змогу визначити фінансові можливості підприємства на відповідну перспективу.

Під фінансовою стійкістю підприємства розуміють забезпечення запасів і витрат джерелами коштів для їх формування.

Саме така ситуація виражає зміст фінансової стійкості, яка є головним компонентом (умовою) загальної стійкості підприємства. Фінансова стійкість відображає такий стан його фінансових ресурсів і такий ступінь їхнього використання, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими засобами, здатне забезпечити безперебійний процес виробництва й реалізації продукції, а також затрати на його розширення й оновлення.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Копиця А. В., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н, доцент Шалигіна І.В.

Для комплексного аналізу фінансового стану підприємства необхідно оцінити тенденції найбільш загальних показників, які з різних сторін характеризують фінансовий стан підприємства.

До найзагальніших показників комплексної оцінки фінансового стану належать показники дохідності й рентабельності.

Під час аналізу вивчають динаміку змін обсягу чистого прибутку, рівня рентабельності та фактори, які впливають на них. Основними факторами, що впливають на чистий прибуток, є обсяг виручки від реалізації продукції, рівень собівартості, рівень рентабельності продукції, фінансові результати та витрати від операційної звичайної діяльності, величина податку на прибуток та інших податків, що виплачуються з прибутку.

Велике значення має аналіз структури доходів підприємства та оцінка взаємозв'язку прибутку з показниками рентабельності. Важливо проаналізувати зв'язок прибутку підприємства з формуючими прибуток факторами, що полегшує практичну орієнтацію в цих питаннях. Дохідність підприємства характеризується абсолютними й відносними показниками. Абсолютний показник дохідності – це сума прибутку або доходів. Відносний показник – рівень рентабельності. Рівень рентабельності підприємств, пов'язаний із виробництвом продукції, визначається як відсоткове відношення прибутку від реалізації продукції до її собівартості.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- цінка 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.

Під фінансовим станом розуміють можливість підприємства фінансувати свою діяльність.

Вона характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами – активами, які необхідно для нормального функціонування підприємствами, цілеспрямованістю, їх розміщення, ефективністю використання фінансових взаємовідносин з юридичними і фізичними особами, платіжністю, спроможністю і фінансовою стійкістю.

Фінансовий стан підприємств можна оцінити з погляду його короткострокової та довгострокової перспективи. У короткостроковій перспективі критерієм оцінки фінансового стану є його ліквідність і платоспроможність, тобто здатність своєчасно і в повному обсязі розрахуватися за короткостроковими зобов'язаннями. Термін «ліквідний» передбачає безперешкодне перетворення майна на гроші. Ліквідність підприємства – це його спроможність перетворювати свої активи на гроші для покриття всіх необхідних платежів.

Коефіцієнт віддачі активів характеризує величину дохідності всього потенціалу, яким володіє підприємств(його називають показником майстерності використання капіталу менеджерами підприємства). Цей показник для детальнішої оцінки може обчислюватись у різних модифікаціях: в чисельнику формули можуть використовуватись різні показники прибутку: валового, операційного, до вирахування податків і т.д.

Найліквіднішою є готівка. Наступним за рівнем ліквідності активом є короткострокові інвестиції, оскільки у разі необхідності їх швидко можна реалізувати.

Показниками та факторами доброго фінансового стану підприємства можуть бути: стійка платоспроможність, ефективне використання капіталу, своєчасна організація розрахунків, наявність стабільних фінансових ресурсів.

Показники та фактори незадовільного фінансового стану: неефективне розміщення коштів, брак власних оборотних коштів, наявність стійкої заборгованості за платежами, негативні тенденції у виробництві.

До найзагальніших показників комплексної оцінки фінансового стану належать показники дохідності й рентабельності.

Велике значення має аналіз структури доходів підприємства та оцінка взаємозв'язку прибутку з показниками рентабельності.

Важливу роль у комплексній оцінці фінансового стану підприємства, особливо в акціонованих підприємствах, відіграє третій із розглянутих показників – коефіцієнт віддачі акціонерного капіталу.

СУТЬ ТА МІСЦЕ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ У СИСТЕМІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Косенко Ю.М., студ. 2 курсу ФЕІМ. спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

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. Їхня дія зумовлює зниження фінансових результатів і фінансової стійкості підприємства.

Трактування сутності фінансових ризиків та їхнього місця у системі господарської діяльності підприємства розглядали багато вчених, зокрема Клапків М., Коваленко Л.О., Ремньова Л.М., та ін.

Однак, 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.

За своєю сутністю, ризик – це усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей через випадкові зміни умов економічної діяльності, несприятливі обставини.Причини виникнення фінансових ризиків різноманітні й можуть виникати спонтанно в процесі діяльності підприємства та поділяють на зовнішні та внутрішні. До основних зовнішніх причин формування фінансових ризиків можна віднести такі: слабка і нестабільна економіка країни; економічна криза; інфляція; підвищення рівня конкурентної боротьби; зниження цін на світовому ринку; політичні чинники тощо. Усі ці причини мають зовнішнє, щодо підприємства, походження і тому, їх підприємство контролювати не може. До внутрішніх причин формування фінансових ризиків можна віднести: підвищення витрат на підприємстві, незадовільну фінансову політику підприємства та ін.

Для формування ефективної системи управління фінансовими ризиками їх необхідно попередньо ідентифікувати. Ідентифікація фінансових ризиків полягає у виявленні всіх видів можливих ризиків, пов'язаних із кожною конкретною операцією. При цьому важливо у складі портфеля фінансових ризиків виділити ризики, які залежать від самого підприємства, і зовнішні ризики, які визначаються макроекономічною ситуацією.

Необхідно зазначити, що зовнішні фінансові ризики можуть бути зумовлені загальноекономічними та ринковими чинниками. Внутрішні фінансові ризики підприємства залежать від впливу виробничо-комерційних, інвестиційних і фінансових чинників.

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. Диверсифікацію здійснюють з метою зниження рівня ризику і втрат доходів;

- лімітування – це встановлення ліміту, тобто граничних сум витрат, продажу, кредиту тощо. Лімітування застосовують для зниження фінансового ризику в кредитній та інвестиційній діяльності підприємства;

- самострахування є децентралізованою формою створення натуральних і грошових страхових фондів безпосередньо на підприємствах, особливо тих, чия діяльність піддається ризику. Основне завдання самострахування полягає в оперативному подоланні тимчасових труднощів у фінансово-комерційній діяльності;

- 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. Хеджування є системою економічних відносин учасників фінансового ринку, що пов'язані зі зниженням кредитних та цінових ризиків, яке виникає внаслідок одночасності та протилежного спрямування торгових угод на ринку і терміновому ринку реального товару.

Окрім зазначених вище методів, для зменшення рівня фінансовоих ризиків підприємство може здійснити їхнє страхування у страхових організаціях. Страхування передбачає захист майнових інтересів суб'єктів господарювання і громадян у разі настання певних подій (страхових випадків) за рахунок грошових фондів, сформованих зі страхових внесків. Сутність страхування полягає в розподілі збитку між усіма учасниками господарської операції.

Тому 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.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТРАХУВАННЯ

Кузьмінова М. В., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Фінансове страхування - одна з трьох сфер фінансової системи. Страхування зв'язане з розподілом сукупного суспільного продукту і частини національного багатства. Для страхування в той же час характерні економічні відносини тільки по перерозподілу доходів і нагромаджень, зв'язаних з відшкодуванням матеріальних і інших утрат. Таким чином, страхування зв'язане з імовірносним рухом грошової форми власності. Страховий випадок може і не наступити.

Економічна сутність страхування визначається двома основними механізмами, що закладені в страхуванні, а саме:

- ефект рідкісних подій, коли страховий випадок протягом певного періоду часу відбувається не у всіх учасників формування страхового фонду;
- ефект накопичення, коли страховий внесок завжди менший від страхової виплати, тому, що страхові виплати видаються не одночасно, що враховується через дисконтуючий множник на інвестиційні прибутки страхової компанії.

Для страхування характерні замкнуті перерозподільні відносини між його учасниками, зв'язані із солідарним розподілом суми збитку одного чи декількох суб'єктів на всіх суб'єктів, залучених у страхування. Цей замкнутий розподіл засновано на імовірності того, що число постраждалих господарств звичайно менше числа учасників страхування. Як правило, число потерпілих повинне бути істотно менше числа застрахованих. Для організації замкнутого розподілу збитку створюється грошовий страховий фонд, сформований за рахунок внесків всіх учасників. Розмір страхового внеску представляє частку кожного з них у розподілі. Таким чином, чим ширше коло учасників, тим менше сума страхового внеску і вони більш доступні. Обов'язкове страхування утягує найбільше число учасників, отже менше страховий тариф і ризик.

Проведення аналізу діяльності страхової компанії неможливо без аналізу страхового портфеля, оцінки достатності капіталу компанії і сформованих резервів. При розрахунку нормативних показників платоспроможності страхової компанії, визначених у законі України "Про страхування" робиться ряд допущень, що можуть впливати на результат, і проводиться не досить глибока оцінка фінансових потоків страхової компанії. А саме детальна оцінка запасу платоспроможності дозволяє оцінити ризик банкрутства страхової компанії.

Аналіз страхової компанії може проводитися з боку інвестора, або страхувальника. І в тім і в іншому випадку аналізується ступінь надійності страхової компанії. У випадку оцінки страхової компанії із боку страхувальника надійність страхової компанії зводиться до ризику виконання страхової компанії узятих на себе зобов'язань. При оцінці страхової компанії із боку потенційного інвестора надійність страхової компанії аналізується з позиції інвестиційного ризику. В обох випадках настання ризикового випадку, нездатність страхової компанії виконати прийняті на себе зобов'язання, веде до втрати або інвестиційних вкладень, або страхових платежів. Страхові платежі в загальному випадку менше ніж інвестиційні вкладення, однак, при цьому страхувальник одержує додатковий збиток від настання ризикового випадку, ризики по який перекладалися на страхову компанію. Наявність програм перестрахування необхідно оцінювати з боку достатності застосування перестрахування. Через відсутність об'єктивної (небалансової) інформації вкрай складно оцінити ризик надійності страхових компаній, у яких були перестраховані ризики. При цьому ступінь прийнятності страхових сум, необхідно оцінювати виходячи з власних засобів страхової компанії, а також резервів (у тому числі і резервів не зароблених премій). Чим більше страхова сума власного утримання, тим більше ризик, прийнятий на себе страховою компанією, і тем більше повинна бути сума засобів, що покривають цей ризик. Засоби, що покривають ризик, страхової компанії складаються з технічних резервів і власних засобів. В ідеальному варіанті, ризик повинний покриватися сумами резервів.

Чинне законодавство також не сприяє направленню страхових резервів на інвестування. Так, при прийнятті Закону України "Про страхування" коли питання страхування було винесено на друге читання, були вилучені пропозиції уряду по використанню страхових резервів з метою інвестування, і, відповідно, прийнятий закон забороняє це робити всім страховикам, крім тих, котрі займаються страхуванням життя. Але навіть за умови законодавчого рішення цього питання ще остаточно не розроблені відповідні стимули і гарантії для страховиків-інвесторів. Це стосується розробки спеціальних інвестиційних проектів, відповідних цінних паперів держави й ін.

Однієї з проблем є вироблення оптимального механізму участі іноземного капіталу в роботі українського страхового ринку. У зв'язку з вступом у силу Угоди про партнерство і співробітництво між Україною і Європейським Союзом, безумовно, складно точно спрогнозувати наслідки "напливу" іноземних страховиків в Україну в майбутньому.

ПРИНЦИПИ БЮДЖЕТНОЇ ТА КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Липчей М.І., студ. 2 курсу ФЕіП. Спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Світова фінансова криза внесла суттєві корективи у механізми регулювання економіки, довівши, що вирішити сучасні проблеми лише ринковими методами неможливо. Досвід багатьох попередніх криз свідчить, що для відновлення нормального функціонування економіки необхідно декілька років, а рецесія, як правило, буває значно глибшою і тривалішою. Зважаючи на ситуацію, що нині склалася в економіці та сфері фінансів, експерти покладають великі сподівання на повноцінне державне регулювання.

На сьогоднішній день дана тема є дуже актуальною, оскільки економіка в країні під час фінансової кризи є нестабільною та слабкою, тому потрібно розробити нові концептуальні підходи до напрямів та механізмів реалізації бюджетної та кредитної політики та перетворити її на дієвий інструмент соціально-економічного розвитку держави. Держава використовує бюджет для концентрації і цілеспрямованого розподілу фінансових ресурсів для надання суспільних послуг та реалізації загальнодержавних програм. Завдяки цьому уряд може впливати на розвиток суспільного виробництва та створювати стимули для ефективного використання наявних ресурсів. Нинішня фінансова криза є глобальною і системною. Вона загострює управлінські проблеми, посилює роль держави в управлінні економікою. В умовах фінансової кризи скорочуються доходи бюджету, проте не можна допускати зменшення видатків на фінансування соціальної сфери.

Основними цілями бюджетної політики є забезпечення збалансованості бюджету. Для впровадження даних цілей визначені основні завдання та шляхи їх виконання:

1. Забезпечення реальної збалансованості бюджетної системи в умовах економічної кризи:

- виконання Програми діяльності Кабінету Міністрів України "Подолання впливу світової фінансово-економічної кризи та поступальний розвиток" щодо відновлення зростання валового внутрішнього продукту і промислового виробництва, стимулювання інвестицій, зниження інфляційного тиску, а також щодо підтримки внутрішнього ринку товарів та послуг; · забезпечення бездефіцитності бюджетів соціальних фондів;· скорочення пільг із сплати страхових внесків до соціальних фондів;
- визначення засад та умов для розвитку внутрішнього ринку державних цінних паперів і підвищення їх ліквідності; · прийняття Державної програми приватизації, яка повинна відповідати стратегічному курсу держави та визначати умови передприватизаційної підготовки, строки, умови та механізм приватизації.

2. Забезпечення оптимальності витрачання бюджетних коштів:

- сприяння зростанню залучень коштів міжнародних фінансових організацій для реалізації цільових інвестиційних проектів;
- сприяння створенню правових, організаційних та фінансових умов для здійснення заходів з підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу;
- посилення державного контролю за пріоритетним спрямуванням державних інвестиційних ресурсів на реалізацію соціальних та інфраструктурних проектів у регіонах та недопущення неефективного використання бюджетних коштів.

Для реалізації цілей бюджетної системи визначені основні завдання та шляхи їх виконання:

1.Забезпечення реальної збалансованості та стійкості бюджетної системи в умовах економічної кризи.

2. Забезпечення оптимальності витрачання бюджетних коштів.

3. Забезпечення досягнутого рівня державних соціальних стандартів.

4. Формування прогнозованої, раціональної податкової та митної політики, що сприятиме економічному зростанню, створенню єдиного правового поля діяльності суб'єкта господарювання.

Особливе місце належить фінансовому ринку, який інтегрує фінансові інститути, що формують і розподіляють фінансові ресурси та послуги.Особливої уваги потребує аграрний ринок, який отримує від держави значну матеріальну і фінансову підтримку.

На підставі викладеного вище можна зробити такі висновки:

1. Світова фінансова криза загострила проблему, яку необхідно вирішувати негайно. Це стабілізація економіки та національної валюти за рахунок внутрішніх і зовнішніх ресурсів;

2. Економіка країни вступила в новий етап розвитку, що потребує значного часу і консолідованих зусиль усіх гілок влади та українського народу;

3. Держфінпослуг має розширювати і удосконалювати систему антикризових заходів для підвищення надійності діяльності фінансових установ;

4. Фінансова криза спонукає не лише до перегляду державного бюджету з метою скорочення його дефіциту, а й для вдосконалення його механізмів. Незважаючи на зменшення доходів, видатки на соціальну сферу знижувати не можна;

5. НБУ слід посилити контроль за рефінансуванням і використанням кредитів, виданих у попередні роки та в останній період.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Мащенко Н.М., студ 4 курсу, ФЕіП, спеціальності «Фінанси і кредит»
Керівник: к. е. н., доцент Шалигіна І.В.

Нестабільність економіки, жорстка конкуренція та численні ризики породжують необхідність удосконалення фінансової політики банку. Запорукою прибуткової діяльності та динамічного розвитку, якого є розширення клієнтурної бази. Для залучення нових клієнтів виникає потреба у нових послугах та продуктах. Тож необхідність впровадження інновацій у банківській сфері є безперечною. В час коли на вітчизняному ринку з'являються більш сильні банки з іноземним капіталом, розробка та впровадження інноваційних технологій набуває особливої актуальності, бо це найдієвіший спосіб підвищити конкурентоспроможність.

Інноваційній діяльності в банківській сфері присвячені праці українських та зарубіжних вчених, зокрема таких як В.І. Міщенко, Н.П. Погореленко, Т. Кох, М.Мілер, П. Роуз та інші.

У загальному розумінні банківська інновація розглядається як синтетичне поняття про діяльність банку, яка направлена на отримання додаткових доходів в процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою втілення нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутків.

Більшість інноваційних розробок комерційних банків стає комерційною таємницею. Проте враховуючи те, що банки активно рекламують нові продукти та технології, інноваційні ідеї дуже швидко стають відомими конкурентам. Адже, комерційні банки в інноваційній діяльності традиційно активно використовують бенчмаркінг, тобто метод еталонного співставлення, основне завдання якого полягає у знаходженні та застосуванні, адаптуванні до власних умов найкращих ідей, які вже реалізовані лідерами у певній сфері бізнесу. Все це призводить до суттєвого скорочення, порівнюючи з іншими секторами економіки, строків існування інноваційної монополії у банківській галузі.

Також особливістю даної сфери є те, що банківські продукти та послуги мають не матеріальний характер. Тому банківська інновація проявляє себе тільки в процесі своєї реалізації на фінансовому ринку або всередині банку, а попит на інноваційний банківський продукт чи послугу визначає його ступінь новизни.

У світовій практиці, зазвичай виділяють наступні види банківських інновацій: банківські продукти на нових сегментах ринку; інновації у нових сферах грошово – фінансового ринку; управління готівкою та використання нових інформаційних технологій; послуги фінансового посередництва, спрямовані на зниження операційних витрат та більш ефективне управління активами та зобов'язаннями; нові продукти в традиційних сегментах позичкових капіталів.

Розробка нових банківських продуктів чи послуг – це, насамперед, процес зміни стратегії банківської діяльності, складовою якої є інноваційна політика банку, оскільки саме вона чинить неабиякий вплив на конкурентну позицію банку на ринку. Тому виникає необхідність в розробці найоптимальнішої політики та стратегії банку, аналізі інноваційної привабливості ринку, формуванні інноваційного портфеля банку та його диверсифікації.

Найпоширенішою у банківській сфері є розробка внутрішнього програмного забезпечення, що є відображенням конкуренції за інноваційні продукти та високу якість обслуговування клієнтів, раціоналізацію підготовки звітності. Таким чином банки пристосовують сторонні винаходи для власних потреб. Тому основними видами витрат у процесі розробки нововведень стають витрати на придбання технологій та обладнання, на збирання, аналіз та відбір інформації, маркетингові дослідження, консалтингове обслуговування.

Інноваційний процес комерційних банків, як правило, не включає такої стадії, як фундаментальні наукові дослідження, тому і витрати на них практично відсутні. Дослідно-конструкторські розробки у банківській сфері можуть стосуватися математичних досліджень, що мають відношення до аналізу фінансових ризиків, розробок моделей ризиків для кредитної політики, експериментальної розробки нового програмного забезпечення для «домашнього банкінгу», розробки техніки дослідження поведінки споживачів з метою створення нових типів рахунків або банківських послуг, розробки систем електронного або Інтернет-банкінгу, нових або суттєво покращених фінансових послуг, розробок нових методів виміру споживацьких очікувань та преференцій тощо. В інноваційній діяльності комерційних банків існує взаємообумовленість інновацій. Вона проявляється, зокрема, у тому, що впровадження сучасних інформаційних технологій відкриває шлях до створення нових банківських продуктів та технологій обслуговування клієнтів.

В даний час в Україні, зі скороченням доходів домогосподарств та зменшенням прибутків підприємств, зменшується попит на банківські продукти та послуги, що в свою чергу стримує розвиток інноваційних технологій. Тому нагальною потребою виступає нормалізація економічних процесів в державі, адже стабільна економіка це умова розвитку виробництва, яке в свою чергу позитивно впливає на банківську систему. Також для стимулювання інноваційної діяльності існує необхідність в удосконаленні законодавства та державній підтримці.

ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Плева Ю.В., студ. 2 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Мобілізація і перерозподіл фінансових ресурсів в умовах ринку відбувається на фінансовому ринку, який складається з двох складових:

- ринку цінних паперів (фондового ринку);
- ринку банківських позик.

Ринок цінних паперів (РЦП), в свою чергу, поділяється на первинний ринок цінних паперів та вторинний ринок цінних паперів.

На первинному ринку відбувається мобілізація фінансових ресурсів шляхом емісії цінних паперів та їх первинного розміщення. На вторинному ринку цінних паперів проходить перерозподіл фінансових ресурсів між галузями діяльності через купівлю-продаж цінних паперів на фондовій біржі з допомогою фінансових посередників - дилерів, брокерів.

В умовах ринкової економіки перерозподіл фінансових ресурсів здійснюється головним чином через фінансовий ринок, переваги такого перерозподілу полягають у наступному:

1) значно скорочуються строки, необхідні для залучення коштів;
2) змінюється відношення до фінансових ресурсів, мобілізованих через фінансовий ринок, зростає зацікавленість в їх раціональному використанні;
3) у процеси перерозподілу фінансових ресурсів включаються, крім тимчасово вільних коштів юридичних осіб, і кошти населення.

Головною метою функціонування фондового ринку в Україні визнано залучення інвестиційних ресурсів для спрямування їх на відновлення та забезпечення дальшого зростання виробництва. Ліквідний, надійний та прозорий фондовий ринок має забезпечити реалізацію національних інтересів нашої держави, сприяти зміцненню її економічного суверенітету.

Фондовий ринок України знаходиться у стадії розвитку. Темпи формування ринку цінних паперів відстають від темпів проведення приватизації. Не розроблені і не працюють механізми захисту інвесторів, що гальмує залучення інвестицій в економіку України. Перешкодою для розвитку фондового ринку є відсутність у більшості вітчизняних торговців цінними паперами достатніх власних коштів для роботи на первинному і, особливо, на вторинному ринку цінних паперів.

В таких умовах недостатнього розвитку та правової неврегульованості фондового ринку України спостерігається тенденція відтоку значних пакетів акцій інвестиційно привабливих об'єктів до іноземних інвесторів.

Для того, щоб фондовий ринок сприяв розвитку економіки, забезпечував необхідні умови для інвестицій, його функціонування повинно базуватися на таких принципах:

- соціальної справедливості - забезпечення створення рівних можливостей та спрощення умов доступу на ринок фінансових ресурсів, недопущення дискримінації прав і свобод суб'єктів ринку цінних паперів;
- надійності захисту інвесторів - створення соціально - політичних, економічних, правових умов для реалізації інтересів суб'єктів фондового ринку та забезпечення захисту їх майнових прав;
- урегульованості - створення гнучкої і ефективної системи регулювання фондового ринку;
- контрольності - забезпечення такого механізму обліку і контролю, який запобігав би і попереджував зловживання та злочинність на ринку цінних паперів;
- ефективності - максимальної реалізації потенційних можливостей фондового ринку по мобілізації та розміщенню фінансових ресурсів у перспективні сфери та галузі економіки, що сприятиме її розвитку та задоволенню потреб населення;
- правової упорядкованості - створення необхідної правової інфраструктури для забезпечення функціонування фондового ринку, яка буде чітко регламентувати діяльність його суб'єктів;
- прозорості, відкритості - забезпечення надання інвесторам повної інформації, що стосується умов випуску та обігу цінних паперів, гласності фінансово-господарської діяльності емітентів, недопущення виявів дискримінації суб'єктів фондового ринку;
- конкурентності - забезпечення свободи підприємницької діяльності для інвесторів, емітентів, ринкових посередників.

Держава здійснює регулювання розвитку фондового ринку України, для цього створений спеціальний державний орган, підпорядкований Президенту України та підзвітний Верховній Раді України - Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку.

В попередньому році український фондовий ринок продемонстрував зростання на рівні близько 30-40%. Подальший розвиток подій фондового ринку залежить від багатьох чинників. В першу чергу, це зростання реального сектора економіки, від стану якого залежить динаміка фондового ринку і стабільність національної валюти. Також на вартість вітчизняних акцій матиме вплив ситуація на зовнішніх ринках, відновлення роботи з МВФ і наведення ладу в державній економічній політиці.

КРЕДИТ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Роменець О.М., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковій керівник: к.е.н. Шалигіна І.В.

На сьогоднішній день кредит і кредитні відносини є невід'ємною складовою економічної системи України. Сфера кредитування безпосередньо пов'язана з потребами розвитку національного виробництва. Знаходячись у центрі сучасного грошово – фінансового господарства, обслуговуючи інтереси господарських суб'єктів кредит опосередковує зв'язки між державою, банком, товаровиробником і населенням. Кредитні відносини мають сприяти поліпшенню економічної ситуації в країні і забезпечувати прогресивний розвиток підприємств. Необхідність кредиту зумовлена тим, що в процесі кругообігу індивідуальних капіталів одні суб'єкти господарювання нагромаджують тимчасово вільні кошти, а інші – потребують цих коштів.

У структурі активних операцій традиційно найбільшу питому вагу мають кредитні операції. Це пов'язано з об'єктивною властивістю капіталу спрямовуватися у сфери, де найвища норма прибутку. Позикові операції являють собою один із найефективніших, тобто прибуткових способів розміщення ресурсів банку.

Вивчаючи теоретичне підґрунтя формування кредитних відносин, можна констатувати, що нарізних етапах становлення економічної теорії важлива роль кредиту як у економічному розвитку, так і в економічній політиці підкреслювалась у роботах А.Сміта, П.Самуельсона, Л.Харріса, А.Пігу, І.Фішера, Дж. М.Кейнса, М. Фрідмена, Д. Рікардо, які зробили значний внесок своїми дослідженнями у розвиток теорії кредиту.

Сучасні дослідники схиляються до думки, що надмірне неконтрольоване зростання кредиту створює загрози макроекономічної стабільності держави і може призвести до кризи. Світова фінансова криза 2008 р. тільки додала фактів й активізувала дослідження в цьому напрямі. Українські науковці, зокрема Д. Шиян, спробував дати модельну оцінку проблеми, тобто кількісно оцінити якою мірою макроекономічна стабільність у державі та економічна динаміка залежать та обумовлені розвитком банківського кредитування. Використання власного методу обробки динамічних рядів з використанням ковзних очікувань показника кредитів банків дало можливість передбачити настання спаду економічної активності в Україні після 2007 р.

А Маршал підкреслював, що причини занепаду економіки та криз пов'язані з організацією виробництва та кредиту. Досліджуючи роль кредиту в економічних циклах, Р.Хоутрі головними факторами економічних коливань назвав відставання в русі наявних грошей від доходів населення та відповідно пов'язане з цим коливання банківських резервів та кредитів. Вкладом Х.Мінскі у дослідження залежності макроекономічної стабільності від кредитних ризиків є його теорія, яка базується на таких положеннях: по-перше, грошова система є базою для виникнення та погашення кредитів, а відповідно їх зміни є результатом змін в економіці. По-друге, будь-якій системі притаманна нестабільність, що обумовлено механізмом формування кредитної заборгованості суб'єктів ринку. По-третє, стабільність економіки визначається співвідношенням різних груп інституцій фінансування розвитку.

Аналіз кредитної діяльності банків упродовж періоду економічного піднесення свідчить, що банки забезпечили протягом 2000-2009 рр. високі темпи кредитних вкладень, що перевищували темпи зростання номінального ВВП.

Дослідження періоду нестабільності 2008-2010 рр. в Україні засвідчив, що ключовим у розгортанні фінансової кризи став фактор негативних очікувань, як з боку населення так і бізнесу, в якому знайшли відображення криза довіри до банківської системи та валютної політики НБУ. Паніка і зростаючі негативні очікування посилювали нестабільність у діяльності банків, у результаті чого утворилося практично замкнене коло і стало важко визначити, що було причиною, а що наслідком.

Низький рівень виконання кредитних зобов'язань населенням та підприємствами призвів до погіршання фінансових результатів банків, які були змушені формувати додаткові резерви під кредитні операції.

Відновлення стійких позитивних темпів процесу кредитування є необхідною умовою активізації виробництва та покращення економічної динаміки. Саме тому назріло питання прийняття Закону України про кредитування, який би забезпечив захист інтересів кредитора і чітко визначив обов'язки суб'єктів кредитування стосовно виконання угоди. Вирішення ряду проблем і поступове піднесення економіки вселяють надії на подальше вдосконалення всієї кредитної системи, подолання існуючих перешкод і побудову суспільства, в якому людина буде мати гідні умови існування.

ПОБУДОВА СТРАХОВИХ ТАРИФІВ

Тарельник Н.В., аспірант
Науковий керівник: д.е.н., проф. Борисова В.А.

З кожним роком з'являються все більше нових страхових компаній. Поява нових видів страхування, перехід страхових агентів разом зі своїми клієнтами з однієї страхової компанії в іншу, призводить до жорсткої конкуренції між страховиками. Майже всі страхові компанії опинилися у ситуації, коли через зміну об'ємів страхової діяльності постійно змінюються такі показники, як часова а просторова розкладка збитку. При цьому спостерігається не тільки територіальний розподіл страхового портфелю, але також постійний перерозподіл між страховими компаніями, які працюють на одній території. Внаслідок цього спостерігається не тільки територіальний розподіл страхового портфеля, але також його постійний перерозподіл між страховими компаніями, які працюють на одній території. Виникає необхідність у зміні страхових тарифів багатьох регіонах, а саме у застосуванні двох- та трьохкратних ризикових надбавок. Тому одним з актуальних питань є формування страхового портфелю. На рис.1 показані складові тарифної ставки.

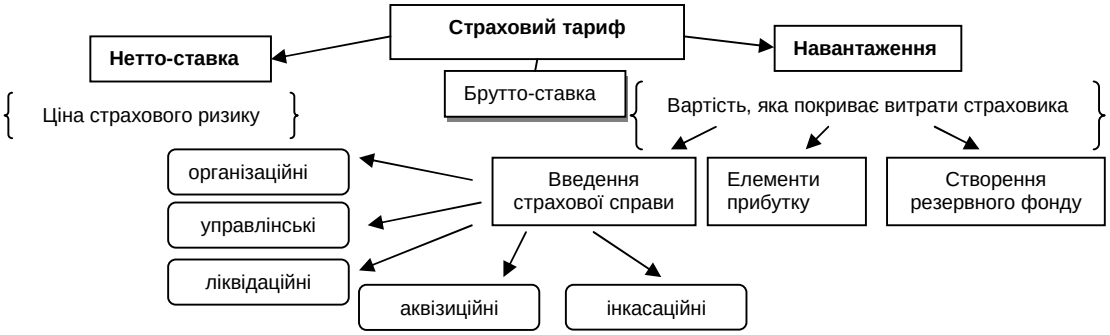

Рис.1. Блок-схема побудови страхового тарифу

Основне завдання при побудові тарифної ставки – визначення вірогідної суми збитків, які припадають на одиницю страхової суми. При правильному визначенні тарифної ставки, кількості застрахованих об'єктів та суми вірогідного збитку на один об'єкт забезпечується необхідна розкладка збитку між страховиками та необхідний баланс між доходами та затратами страхової компанії. Розрахунок нетто-премії є основним завданням страхової компанії для забезпечення беззбиткової роботи. Проблема полягає в тому, що в будь-який момент часу існує невизначеність майбутніх вимог. Існуючі статистичні данні можуть дати деяку уяву о середній величині збитку та його відхиленнях, частоті наступу вимог, які приймаються як характеристика ризику.

Однак в умовах нестабільної ситуації, яка спостерігається під час декількох останніх років, існує можливість помилки не тільки при оцінці ризику, але і при їх прогнозуванні на майбутнє. Факторів, які впливають на майбутні характеристики ризику, безліч: зміна обсягу страхового портфелю, інфляція, криміногенна обстановка, загальний фінансовий стан споживачів страхових послуг та ін. кожен з цих факторів впливає на розмір страхового тарифу. Одним з основних є розмір страхового портфелю.

Ціна страхування визначається споживчою вартістю (попит на забезпечення страхового захисту) та вартістю, за яку страховик готовий продати цю послугу (готовність страховика до ризику). Мінімальний розмір ціни визначається рівністю нетто-надходжень та виплат страхових сум без прибутку від страхування. Максимальний розмір визначається наявністю конкурентного попиту та величиною банківського відсотку по вкладам. Також ціна страхування залежить від об'єму та структури портфелю страховика, його фінансового стану, управлінських витрат та ін.

Після оцінки ризику визначається, які збитки організація може покрити самостійно, а які витрати вона готова понести через уникнення ризику. На етапі контролю ризику відпрацьовуються міри та визначаються заходи, які можуть призвести до зниження вірогідності ризику чи зменшити його розмір. Якщо ризик неможливо знизити до допустимого рівня (той об'єм збитків, які страхова компанія може покрити самостійно), то проводять заходи щодо створення резервних фондів, самострахуванню чи страхуванню ризику. В цьому випадку відсоток по банківським вкладам відіграє достатньо велику роль, так як страховик, приймаючи рішення о страхуванні ризику, враховує можливість самострахування ризику чи створенні резервних фондів і розмір доходів від їх вкладу, чи можливість отримання позики для ліквідації наслідків страхового випадку.

Таким чином, оцінка ризику, передання його частин у перестрахування, визначення мінімально допустимого тарифу дають змогу страховій компанії своєчасно та повністю відшкодовувати страхові збитки.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Троценко О.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Косодій Р.П.

Виробничо-господарська діяльність та фінансовий стан підприємства багато в чому залежать від забезпеченості основними виробничими засобами та їх використання. Основні засоби – це засоби праці, які залучені до виробничого процесу, використовуються більше одного виробничого циклу, не змінюючи своєї натурально-грошової форми, і в кожному циклі частково переносять свою вартість на новостворену продукцію.

Підвищення ефективності використання основних засобів підприємства є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства, конкурентоспроможність його продукції на ринку. Раціональне й ощадливе використання основних фондів підприємства є на сьогодні однією з найактуальніших задач, що стоять перед підприємством.

Відтворення основних виробничих засобів - це процес безперервного їх поновлення. Процес відтворення основних виробничих засобів має низку характерних ознак, зокрема: основні виробничі засоби поступово переносять свою вартість на вироблену продукцію; у процесі відтворення основних виробничих засобів одночасно відбувається рух їхньої споживної вартості та вартості; нарахуванням амортизаційних відрахувань здійснюється нагромадження в грошовій формі частково перенесеної вартості основних виробничих засобів на готову продукцію; основні виробничі засоби поновлюються в натуральній формі протягом тривалого часу, що створює можливість маневрувати коштами амортизаційного фонду.

Розрізняють просте та розширене відтворення. Просте відтворення основних засобів здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів або заміна старого устаткування на аналогічне, тобто тоді,коли постійно відновлюється попередня виробнича потужність. Просте відтворення основних виробничих засобів здійснюється у двох формах: заміна зношених або застарілих основних виробничих засобів; капітальний ремонт діючих основних засобів. Джерелом фінансування заміни зношених основних засобів є нарахована сума амортизації.

Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних засобів або придбання нових основних засобів, які забезпечують вищий рівень продуктивності устаткування. Джерелом фінансування таких змін є використання частини створеного додаткового продукту.

Ремонт основних засобів є необхідною умовою виробничого процесу. Від своєчасності та якості ремонту залежить ефективність використання основних виробничих засобів на підприємстві. Своєчасний ремонт основних виробничих засобів запобігає передчасному їх зносу та вибуттю, продовжує строк служби, підвищує виробничу потужність та скорочує потребу в нових капітальних вкладеннях. Поточний ремонт здійснюється для забезпечення роботи основних виробничих засобів і полягає в усуненні окремих поломок основних засобів і заміні або поновленні їхніх окремих частин. Середній ремонт провадиться для часткового поновлення основних засобів із заміною деталей, вузлів обмеженої номенклатури, яка визначається технічною документацією. Капітальний ремонт машин, устаткувань провадиться для відновлення їх виробничого ресурсу.

Капітальні вкладення (інвестиції) - це витрати на створення нових, реконструкцію і технічне переозброєння діючих основних засобів. За допомогою капітальних вкладень здійснюється як просте, так і розширене відтворення основних засобів. Для визначення розміру капітальних вкладень на підприємстві складається бюджет капітальних витрат, тобто обрахунок запланованих витрат на капітальні вкладення.

Отже основні фонди підприємства повинні забезпечити належні матеріальні умови для здійснення господарської діяльності підприємства, зберігання необхідного обсягу товарних запасів, проведення транспортних, розвантажувально-навантажувальних, фасувальних та інших операцій, пов'язаних з отриманням та реалізацією товарів, виконанням виробничих функцій, наданням послуг, праці та відпочинку робітникам підприємства, підвищенням продуктивності їхньої праці та ефективності господарювання всього підприємства.

Підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та ліпшого використання діючих основних фондів підприємств. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтримуванню належного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого - дають змогу збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої амортизації й витрат на обслуговування виробництва та його управління, підвищувати фондовіддачу і прибутковість.

Таким чином, підвищення ефективності використання основних виробничих фондів на підприємстві є важливим резервом підвищення ефективності виробництва.

САНАЦІЯ, ЯК СИСТЕМА ЗАХОДІВ, СПРЯМОВАНИХ НА ВИВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ КРИЗОВОГО СТАНУ

Фрей В.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Мікуліна М.О.

Сучасна економічна ситуація в Україні характеризується активним розвитком кризових явищ на мікрорівні. Все це потребує використання у діяльності господарюючих суб'єктів спеціальних механізмів та процедур, спрямованих на підвищення ефективності їх діяльності, подолання кризових явищ та недопущення банкрутства і ліквідації підприємств.

Однією з таких процедур є санація, що з точки зору законодавства України, розглядається як система заходів, які здійснюються під час провадження справи про банкрутство з метою запобігання оголошення боржника банкрутом і його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського стану боржникаУ даний час санація є об'єктом досліджень, присвячених проблемам антикризового управління й фінансового оздоровлення підприємств різних галузей і форм власності.

Санація, як система заходів, спрямованих на виведення підприємств із кризового стану, розглядається і як одна з процедур, що здійснюються в рамках антикризового управління господарюючими суб'єктами, і як самостійний об'єкт дослідження. В рамках її дослідження виділимо наступні основні напрямки:

1. Розгляд категоріального апарату санації. Проводиться аналіз та уточнення основних понять, що характеризують сутність та аспекти санації:

- санацію;
- санаційну спроможність;
- санаційне управління;
- санаційну реструктуризацію;
- санаційний аудит.

2. Удосконалення підходів до формування механізму санації. Даний механізм розглядається у різних аспектах:

- фінансовий;
- організаційно-економічний;
- механізм санаційного управління.

Пропонується введення додаткових складових до механізму санації (зокрема, екологічної складової), удосконалюється його структура, приділяється увага правовим аспектам санаційних процедур. Все це підтверджує висновок щодо необхідності дослідження санації як складної комплексної економічної категорії.

3. Удосконалення інструментарію санації як процедури виведення підприємств зі стану кризи. В рамках проведених досліджень пропонуються підходи до формування комплексів санаційних заходів з урахуванням галузевої належності підприємств, що сануються. Так, дослідження, які проводилися для підприємств сільськогосподарської галузі, ще раз підтвердили важливість і актуальність вивчення проблем підвищення ефективності антикризового управління.

Санаційна спроможність - це наявність у підприємства, що зазнало фінансової кризи, фінансових, організаційно-технічних та правових можливостей, які забезпечуватимуть успішне проведення його фінансової санації. До загальний умов санаційної спроможності відносять наявність у підприємства:

- стійких позицій на ринку та реальних можливостей збільшення обсягів реалізації;
- конкурентних переваг;
- виробничого та кадрового потенціалу.

Економічними критеріями санаційної спроможності підприємства є його здатність до забезпечення ліквідності, відновлення прибутковості та одержання конкурентних переваг. Вказані кількісні та якісні величини тісно взаємозв'язані. Так, досягнення конкурентних переваг можливе лише за наявності стійкості ліквідності та платоспроможності, а водночас орієнтація лише на забезпечення ліквідності дає можливість відновити життєдіяльність підприємства тільки в короткостроковому періоді. Санаційно-спроможним підприємство буде в тому разі, коли продисконтована очікувана вартість майбутніх активів (за умови успішної санації) буде більшою за вартістю його ліквідаційної маси перед проведенням санації.

Таким чином, ми окреслили проблеми, що вимагають подальшого дослідження та повинні стати об'єктом наукових розробок у сфері підвищення ефективності антикризового управління на підприємстві. І як методи досягнення оптимального стану підприємств, можна використовувати наступні заходи:

- Визначати основний зміст можливості максимально ефективного досягнення мети санації.
- Формування алгоритму управління підготовкою проведення санації підприємства.
- Визначення ефективних методів і напрямів санації аграрних підприємств.
- Розробка концептуальної схеми механізму санаційного управління підприємством.
- Аналізу фінансово-правових аспектів санації.

СУТЬ ТА СТРУКТУРА ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Халіна О.О., студ. 2 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Поняття ”Тіньова економіка” зародилося в процесі розробки організаційно-правових заходів по боротьбі з легалізацією і відмивання капіталів незаконного походження.

Згідно версії системи національних рахунків, рекомендованої ООН і Євростатом, до тіньової економіки відноситься економіка:

1. ”прихована”дозволена законом, але не показувана;
2. ”неформальна” - діяльність підприємств, що функціонують на законних підставах, що належать домогосподарствам і що забезпечують діяльність цих господарств;
3. ”нелегальна”- незаконне виробництво і збут послуг
4. фіктивна економіка,(економіка приписок, спекулятивних угод, хабарництва)

Пропонується наступна класифікація тіньової економіки за мірою легальності господарських операцій:

1. Легальна (неофіційна) економіка-економічна діяльність, що не порушує ні законодавчих норм, що діють, ні прав інших господарських агентів, яка при цьому не фіксується в звітності і контрактах (натуральне виробництво домашніх господарств);
2. Внеправова економіка-економічна діяльність, що порушує права інших господарських агентів, але не регламентована чинним законодавством і що знаходиться, таким чином, у не правових зонах. Це ”рожеві ринки” (діяльність”фінансових пірамід” в середині 90-х років);
3. Напівправова економіка-економічна діяльність, по своїх цілях відповідна законодавству, але яка періодично виходить за його межі. Це ”сірі ринки” (вони пов’язані з різними способами ухилення від податків).
4. Нелегальна, кримінальна економіка - економічна діяльність яка за своєю суттю порушує закон. Це ”чорні ринки” (наркобізнес, незаконне виробництво і торгівля зброєю, торгівля людьми, рекет)

За висновками експертів, Україна належить до країн із найбільш тінізованою економікою. Рівень її тінізації ,по різним оцінкам, становить від 20 %до 60 %. Загалом, за будь-якими даними, обсяг тіньового сектора економіки України перевищує критичний - таким вважають рівень у 25-30% від ВВП ; ”нормальний” рівень - 10-15 %. До цього сектора належать, як правило, заборонені (нелегальні) види діяльності.

Особливістю тіньового сектора економіки України є те, що він охоплює і легальні види діяльності, доходи від яких виводяться з під оподаткування, а утворюються, наприклад, за рахунок приписок, оплати зайвих обсягів робіт, завищення вартості використаних матеріалів та їх кількості.

За оцінками вчених і фахівців, домінуючими сегментами тіньової економіки та основними механізмами здобуття тіньових доходів в Україні стали:

- приховування реальних доходів громадян, а також доходів і прибутків підприємств від оподаткування;
- нелегальний експорт капіталів;
- корупція;
- нелегальні валютні і зовнішньоекономічні операції (контрабанда);
- випуск і реалізація неврахованої продукції і надання неврахованих послуг;
- кримінальний промисел (рекет, наркобізнес, проституція, розкрадання, грабіж);
- фінансове шахрайство;
- незаконна приватизація державної власності.

За оцінками фахівців, в Україні найбільш криміногенною стала фінансово-кредитна система. Дуже поширеними стали недоплатежі з боку іноземних партнерів за поставлену їм продукцію. Має істотне заниження (завищення) цін на продукцію, що експортується (імпортується) з України (до України) або її об’ємів.

Таким чином, сьогодні, з одного боку, в тіньовому секторі економіки України, а з другого - за межами України, перебувають значні капітали та доходи, які в принципі здатні істотно наростити рівень легальної капіталізації економіки України, а отже-стати фінансовим забезпеченням подальших якісних змін в економіці країни, її структурі та забезпеченні стабільних темпів зростання на тривалу перспективу.

Звідси випливає важливе завдання - максимально залучити капітали і доходи некримінального походження до легального сектора. Зрозуміло, що вирішення цього завдання потребує комплексних заходів, спрямованих на запобігання відтоку капіталів і доходів у “ тінь”, або втечі за межи країни, а також створення умов для їх повернення до легального сектору економіки. При цьому не можна покладатися винятково на адміністративні заходи, котрі, як доводить практика багатьох країн світу, в цьому випадку є малоефективними. Лише забезпечення політичної, економічної, фінансової, нормативно-правової стабільності, інвестиційної привабливості країни здатне кардинально вплинути на вирішення цього завдання.

ПЕРЕВАГИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Шалигіна І.В., к.е.н., доцент

В сучасних умовах успішний розвиток української економіки стримується через обмеженість інвестиційних ресурсів. Залишкова вартість основних засобів, які потребують оновлення постійно зростає. В разі їх капіталізації економіка може отримати величезні додаткові фінансові ресурси, забезпечені нерухомістю. Для більшості українських підприємств інвестиції можуть бути залучені переважно на внутрішньому ринку під заставу нерухомості, тобто шляхом отримання іпотечного кредиту.

Іпотека – це спосіб забезпечення зобов'язань, за яким нерухоме майно, що є предметом застави залишається у заставодавця або в третьої особи.

Предметом іпотеки можуть бути ділянки землі та майно, що на ній розташоване, -- будівлі, споруди, квартири, підприємства як цілісні майнові комплекси, інше майно, віднесене законодавством до нерухомого. Залежно від предмету іпотеки виділяють іпотеку житла, земельних ділянок та іпотеку комерційної нерухомості.

Вирішенню пласту актуальних соціально – економічних проблем суспільства сприятиме розвиток довгострокового житлового іпотечного кредитування. Суттєвого покращення ситуації на селі можна очікувати завдяки впровадженню механізмів іпотеки землі. Іпотечне кредитування дозволить вирішити питання отримання кредитних ресурсів для підприємств агропромислового комплексу на оновлення їх матеріально – технічної бази і надасть нового імпульсу в розвитку цієї важливої сфери. Таким чином, з розвитком іпотечного кредитування пов'язується можливість суттєвих якість зрушень в економіці.

Комерційне іпотечне кредитування дає можливість модернізувати виробництво, що сприяє підвищенню якості та конкурентоспроможності продукції та прискорює темпи економічного розвитку країни.

Для підприємств агропромислового комплексу іпотечне кредитування під заставу землі є джерелом довгострокових кредитів, повернення яких залежить від ефективного використання земельних ділянок, рівня продуктивності сільськогосподарського виробництва, стимулюючи цим самим власників землі до впровадження сучасних технологій землекористування. Застосування іпотечного кредитування сприятиме стабілізації розвитку сільського господарства.

Кредитування під заставу нерухомого майна та власне іпотечний ринок відіграють суттєву роль у підтримці макроекономічної стабільності. Позичковий капітал знаходить своє використання не тільки у сферах з високими прибутками та швидким обертанням, а й залучається до житлового будівництва та сільського господарства, сприяє розвитку підприємництва. Вторинний іпотечний ринок сприяє ефективному перерозподілу позичкового капіталу, а в періоди економічних криз, за допомогою державної підтримки концентрує обмежені фінансові ресурси на пріоритетних напрямах.

Банківська практика показує, що іпотечне кредитування – один з найбільш надійних видів кредитування, який є привабливим і для банків – заставодержателів, і для позичальників.

Перевагами іпотечного кредитування для банків є зниження кредитного ризику при неплатоспроможності, банкрутстві позичальника на нерухомість, яку він може використати у випадку не повного або не своєчасного повернення кредиту. Рефінансування з кредитного ринку допомагає банкам підтримувати ліквідність та виконує функцію мультиплікації без первинної емісії.

Іпотечне кредитування, яке здійснює позитивний вплив на фінансово – банківську систему та ринок житла, позитивно позначається і на розвитку реального сектору економіки, який отримує не тільки інвестиційні ресурси, але і стимули для їх продуктивного використання, маючи на увазі необхідність їх повернення залучених кредитів. Житлова іпотека активізує будівництво квартир і будинків завдяки зростанню платоспроможного попиту позичальників, стимулює нове будівництво та розвиток суміжних з ним галузей і транспортної інфраструктури.

Тож, в сучасних умовах майже кожен сектор економіки відчуває потребу в довгострокових кредитах. Шляхом іпотечного кредитування кожен з них може отримати необхідне фінансове забезпечення для свого розвитку. Воно являється ефективним механізмом за допомогою якого можна вирішувати важливі питання соціально – економічного розвитку країни.

Для успішного розвитку іпотечного ринку в Україні важливою є державна підтримка. Її потребують як кредитори, так і інвестори. Дієвими могли б бути заходи заохочення позичальників. Зокрема цільове субсидіювання малозабезпечених верств населення при отриманні кредиту на придбання житла, зниження ставок по іпотечних кредитах, надання податкових пільг, сприяння підвищенню реальних доходів населення.

Отже, ринок іпотечного капіталу відіграє важливу роль в розвитку економіки, адже він об'єднуючий фінансовий ринок з ринком нерухомості, сприяє капіталізації ресурсів. Його розвиток залежить від загального макроекономічного стану та структури законодавчого забезпечення в державі, в свою чергу він сам стимулює розвиток економіки.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Шкаляр С.В., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н, доцент Гузенко Т.С

Управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств являє собою прийняття управлінських рішень в умовах швидкої зміни зовнішнього середовища. У зв'язку із цим наука управління фінансовими ресурсами повинна вдосконалювати процес навчання шляхом розробки методів прийняття управлінських рішень в умовах існування зовнішніх факторів впливу.

Враховуючи вищесказане, управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств складається з наступних етапів:

– виявлення та формулювання проблеми чи задачі управління фінансовими ресурсами підприємств, що повинна бути вирішена на базі використання минулого досвіду та наявних даних;

– прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів та його реалізація;

– аналіз результатів прийнятого рішення з погляду можливих способів його модифікації чи зміни, а також врахування його результатів в процесі нагромадження досвіду, який може бути використаний в майбутньому.

На рівні підприємства управління фінансовими ресурсами повинне розглядатися як адаптивний механізм з допомогою якого воно постійно перебудовується в процесі пошуку найбільш ефективних зв'язків з навколишнім економічним середовищем.

В управлінні фінансовими ресурсами сільськогосподарського підприємства, на нашу думку, домінують наступні основні принципи: 1) узгодженості термінів фінансових операцій; 2) платоспроможності; 3) рентабельності інвестування; 4) збалансування ризиків; 5) врахування потреб ринку; 6) максимізації рентабельності.

Результати управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств реалізуються в грошових потоках, що протікають між підприємством і бюджетом, власниками капіталу, партнерами по бізнесу та іншими суб'єктами. Інструментами цього служать управлінські рішення щодо використання фінансових ресурсів (сплати податків, виплати заробітної плати, інвестування тощо). Потокова "ідеологія" – це порівняно новий аспект управління фінансовими ресурсами. Головна її особливість полягає у необхідності розглядати потоки фінансових ресурсів у взаємозв'язку із виробництвом, транспортом, постачанням, збутом та іншими господарськими функціями певного підприємства.

Процес управління фінансовими ресурсами підприємств здійснюється в наступній послідовності: забезпечення повного та достовірного обліку фінансових потоків організації та формування необхідної звітності; аналіз фінансових потоків в попередньому періоді; оптимізація фінансових потоків організації; планування фінансових потоків в розрізі їх видів; забезпечення ефективного контролю за протіканням фінансових потоків організації.

Можна з впевненістю говорити про існування технології управління фінансовими ресурсами на сільськогосподарських підприємствах. Під нею необхідно розуміти сукупність заходів, методів та навиків, що в комплексі забезпечують ефективну діяльність підприємства з управління фінансовими ресурсами. Як і будь-яка інша, технологія управління фінансовими ресурсами, реалізується за допомогою певного набору методів, важелів, елементів правового, нормативного та інформаційного забезпечення.

Не менш важливим в управлінні фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств є контроль. Контроль за використанням фінансових ресурсів може бути ефективним, якщо він охоплює всі ланки фінансової діяльності підприємства: формування витрат на виробництво, надходження виручки від реалізації, використання грошових нагромаджень, формування й використання коштів на створення основних і оборотних засобів. Причому цей контроль має бути безперервним і доповнюватися комплексним аналізом фінансового стану підприємства. Для проведення контролю за використанням і формуванням фінансових ресурсів, сільськогосподарським підприємствам потрібно мати фінансовий відділ або особу, яка займалася б необхідними розрахунками й на основі їх робила висновки, вносила обгрунтовані пропозиції керівництву підприємства про розподіл та формування фінансових ресурсів між структурними підрозділами підприємства, розробляла б поточні та оперативні фінансові плани та інші планово-фінансові документи; знаходила резерви збільшення прибутку й надходження інших фінансових ресурсів для забезпечення потреб підприємства у коштах на фінансування виробництва, капітальних вкладень, соціально-культурних потреб; здійснювала контроль за виконанням показників фінансового плану підрозділами й підприємством у цілому, а також за недопущенням використання фінансових ресурсів на непродуктивні витрати та ін.

Процес безперервного управління фінансовими ресурсами підприємств повинен здійснюватися в рамках відповідної економічної системи, що обумовлює його перебіг та дає можливість досягнути бажані результати.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ФОНДОВОГО РИНКУ

Шпаченко А.В., студ. 2 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Основним сегментом фінансового ринку є фондовий ринок, який сприяє обігу та раціональному розміщенню фінансових ресурсів, дає можливість самостійно оцінювати ефективність управління підприємством, створює умови для добросовісної конкуренції та обмежує монополізм.

Фондовий ринок України перебуває в стадії формування. Останнім часом ми маємо можливість спостерігати позитивні тенденції в його розвитку. Зокрема, незважаючи на непросту політичну ситуацію в державі, активного скидання акцій не відбувається. Головна мета фондового ринку України в майбутньому – це створення цілісного, високоліквідного, ефективного і справедливого ринку цінних паперів, який буде регульований державою і інтегрований в світові фондові ринки.

Це дуже важлива складова ринкової економіки. В Україні, як і в інших країнах з перехідною економікою, оборот цінних паперів стає однією з основних галузей фінансової сфери, без якої даремно сподіватися на нормальне функціонування складового механізму ринкової економіки.

На ринку цінних паперів відбувається купівля-продаж цінних паперів, яка за своєю формою близька до позички капіталу. Можливість децентралізованого випуску вели¬кої кількості фінансових інструментів (переважно — цінних паперів) за умови виконання ними функцій грошей ставить практичні питання співвідношення грошової маси і фінансових інструментів, змоги їх взаємного витіснення.

Ринок цінних паперів обслуговує кредитні відносини і відносини власності за допомогою цінних паперів. Його поява і розвиток пов’язані з ростом потреби у залученні фінансових коштів у зв’язку з розширенням виробництва. Особливістю залучення фінансових ресурсів за допомогою цінних паперів є те, що вони можуть вільно рухатись на ринку і грошові, вкладені в виробництво, при цьому не вилучаються з нього. Особа, яка вклала кошти у виробництво за допомогою придбання цінних паперів, може повернути їх шляхом продажу.

На сьогодні існують певні проблеми формування та розвитку українського фондового ринку, серед яких найбільш вагомі такі:

- відсутність ефективно діючої інфраструктури, яка забезпечує акумулювання капіталу для інвестицій та не сприяє раціональному розміщенню фінансових ресурсів;
- відсутність досвіду використання систем угод і обліку прав власності;
- відсутність єдиної платіжної і фондової системи, що призводить до зниження надходжень закордонних портфельних інвестицій;
- стагнація ринку цінних паперів внаслідок невисокої рентабельності капіталовкладень у цінні папери українських корпорацій та високі податки;
- відсутність в Україні практики формування депозитарного обліку;
- наявність великої кількості законодавчих та нормативних документів, які регулюють питання цінних паперів і прав власності, і відсутність порядку їх застосування.

Загалом інвестори налаштовані більш позитивно щодо перспектив розвитку фондового ринку та економіки України в 2011 році. Хороші показники зростання ВВП в 2010 році і оптимістичні прогнози щодо зростання світовоі економіки дають підстави вважати, що в поточному році українська економіка продемонструє хороші темпи відновлення. Зокрема, зростання індексу Українськоі біржі з початку року склав приблизно 8,5%.

Для підвищення ефективності функціонування фондового ринку в Україні необхідно провести наступні заходи:

• провести широкомаштабні реформи для створення прозорого, справедливого і надійного ринку;
• створити механізми надійного захисту прав інвесторів та споживачів;
• розширити спектор можливостей інвесторів і споживачів фондового ринку;
• підвищити якість роботи фінансових установ та стимулювати конкуренцію між ними;
• створити законодавчу базу для формування справедливого та прозорого середовища укладення та виконання договорів на фондовому ринку;
• провести адаптацію національного фондового ринку до міжнародних стандартів фондових ринків розвинутих країн;
• створити умови для адекватного функціонування та взаємодії інформаційної, облікової системи та системи виконання угод шляхом приведення загальних принципів до стандартизації та уніфікації;
• знайомити фахівців із світовим досвідом організації фондового ринку шляхом міжнародного обміну та стажирування.

Вирішення проблем фондового ринку за допомогою вище наведених рекомендацій допоможе зробити функціонування ринку більш ефективним та забезпечити гарантії інвестиційної діяльності в економіці України. В цілому можна відзначити, що зростання фондового ринку набуває якісно нової

динаміки за умови тривалого періоду політичної та економічної стабільності, розвитку ринкової інфраструктури. Існує реальна можливість збалансованого росту обсягів ринкової торгівлі.

ЛОМБАРДСЬКИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Ященко Ю.С., студ. 2 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Сьогодні в ломбард звертаються багато людей, заможних на вигляд, – діватися ж нікуди. Криза в банківській системі, що спровокувала посилення умов кредитування, змусила людей шукати інші джерела запозичення грошей. У ломбарди звертаються люди, яким потрібно терміново погасити щомісячний платіж за кредитом у банку, а грошей на це немає. Закладають коштовності, хутро, телевізори, мобільні телефони, новенькі комп'ютери..

Термін «ломбард» походить від назви області в Італії. Міняйли з Ломбардії займалися наданням позик під заставу ще в середньовіччі. Але ломбард у сучасносному розумінні почав свою історію у 1462 році. Засновником його був францисканський монах Барнабе де Терне, який надавав невеликі безвідсоткові позики. Зусиллями монастирів аналогічні банкірські контори відкрились у Савої, Мунтуе і Флоренції. Оскільки їх утримання потребувало витрат, то надання позик почали здійснювати з утриманням річних відсотків.

В Україні закон "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" відносить ломбарди до фінансових установ, видом діяльності яких є надання фінансових послуг, а саме надання коштів у позику на умовах фінансового кредиту. Фінансовий кредит в даному випадку має забезпечуватися заставою майна. По закінченню строку дії договору фінансового кредиту (позики), в разі невиконання позичальником зобов'язань, ломбард, згідно з Цивільним кодексом України та Законом України "Про заставу" має право звернути стягнення на предмет застав та за рахунок останнього задовольнити свої вимоги по кредиту. Для забезпечення зобов'язань щодо повернення кредиту та сплати відсотків за користування кредитом ломбарди беруть під заставу рухоме майно (найбільш поширеним видом є ювелірні та побутові вироби з дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, брухт цих виробів).

Кількість ломбардів, за даними Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг, на I квартал 2009 року становила 311 ломбардів, на II квартал - 330, на III - 345, на IV - 373. За даними Головної податкової адміністрації, прибуток ломбардів зріс у 2,1 раза. За перше півріччя вони виплатили 4 745,7 тис. грн податку на прибуток, тоді як за аналогічний період минулого року цей показник склав 2 234,06 тис. грн.

До фінансових послуг ломбарду належать:

- надання фінансових кредитів за рахунок власних коштів;
- надання фінансових кредитів за рахунок залучених коштів.

До супутніх послуг ломбарду, якщо інше не встановлено законом, належать:

- оцінка заставленого майна відповідно до чинного законодавства та/або умов договору;
- надання посередницьких послуг зі страхування предмета застави на підставі агентського договору зі страховою компанією;
- реалізація заставленого майна відповідно до чинного законодавства та/або умов договору.

Ломбард має право відкривати відокремлені підрозділи лише у разі його відповідності установленим уповноваженим органом вимогам щодо відкриття ломбардом відокремлених підрозділів.

Фонди та резерви ломбарду:

1. Ломбард створює резервний фонд у розмірі, встановленому установчими документами, але не менше 25 процентів статутного (складеного) капіталу.

2. Ломбард може створювати інші фонди та резерви відповідно до законодавства або установчих документів.

Ліцензування ломбардної діяльності:

1. Провадження ломбардом діяльності, що відповідно до закону потребує наявності відповідної ліцензії, можливе лише за умови отримання такої ліцензії.

2. Ломбард проводить вид діяльності, на який отримано ліцензію, у межах, визначених цим Законом.

Державне регулювання і нагляд за діяльністю ломбардів здійснює уповноважений орган згідно із законодавством про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг, інші державні органи відповідно до їх компетенції.

Актуальною є проблема забезпечення збереження майна у ломбарді. Вона включає в собі низку нюансів, особливо зважаючи на те, що їхня кількість стрімко зростає у нашій країні.Завдання вирішення проблеми поставлено не тільки перед представниками правоохоронних органів, а й законодавця зокрема.

ВАЛЮТНИЙ РИНОК ТА ЙОГО МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Лебедєва А.В., студ. 2 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Невід'ємною ланкою міжнародної валютної системи є валютний ринок. Успішний розвиток валютних відносин можливий за умови функціонування ринку, на якому можна вільно продавати та купувати валюту.

Валютний ринок — це економічні відносини, що виникають у процесі купівлі-продажу іноземних валют за курсом національної валюти, який складається на основі співвідношення попиту і пропозиції на ці валюти.

За економічним змістом валютний ринок являє собою частину грошового ринку, на якому врівноважується попит і пропозиція на валюту як специфічний товар. Об'єктом валютного ринку служать валютні цінності, зокрема іноземні, коли суб'єкти цього ринку купують чи продають їх за національну валюту, та національні, коли суб'єкти ринку купують чи продають ці валютні цінності за іноземну валюту.

Учасниками валютних ринків є великі комерційні банки, брокерські фірми, інші фінансові інститути, найбільші корпорації та центральні банки країн. Безпосередніми учасниками при укладанні угод з валютою виступають комерційні банки, спеціалізовані брокерські контори та інші фінансові інститути, що мають право укладати угоди з валютою.

Суб'єктами валютного ринку можуть виступати фізичні і юридичні особи, посередники банки, брокерські контори, валютні біржі, які «зводять» продавців і покупців валюти та забезпечують організацію купівлі - продажу валюти.

Основними формами валютних розрахунків у зовнішньоекономічній діяльності є:

- банківське переведення;
- документарне інкасо;
- документарний акредитив;
- розрахунки по відкритому рахунку;
- розрахунки чеками.

Основна мета діяльності всіх суб'єктів валютного ринку є отримання прибутку від своїх операцій. Валютний ринок перш за все забезпечує валютно-кредитне і розрахункове обслуговування експортно-імпортних операцій, а також валютні операції, пов'язані з інвестуванням капіталу за межі національної економіки.

До головних функцій валютних ринків можна віднести:

- забезпечення виконання міжнародних розрахунків;
- забезпечення ефективного функціонування світових кредитних та фінансових ринків;
- страхування валютних та кредитних ризиків;
- отримання спекулятивного прибутку учасниками ринку у вигляді різниці курсів валют;
- визначення валютних курсів;
- диверсифікація валютних резервів банків, підприємств, держав;
- регулювання економіки.

В Україні функціонує досить міцна система валютного регулювання і контролю, правовою базою якої є такі законодавчі акти, як Конституція України, Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю", Закон України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті".

Він регулюється законами України та НБУ. До валютних фондів належать: державний валютний фонд, республіканський (АРК) валютний фонд, місцеві валютні фонди,валютні фонди юридичних і фізичних осіб. За допомогою правових засобів держава здійснює правове регулювання валютних відносин до яких входе припис,дозвіл та заборона. НБУ контролює дотримання ліміту зовнішнього державного боргу,що даю змогу накопичувати, зберігати та використовувати резерви валютних цінностей. Сучасна ситуація на валютних ринках поступово покращується, але деякі експерти вважають, що це тимчасове врівноваження.

Для покращення цієї ситуації пропонуються такі заходи, як «шокова терапія»,для цього важливо поставити чіткі цілі, враховуючи специфіку економіки держави, необхідно щоб суб'єкти та об'єкти були достатньо розвинуті. Також пропонується внесення змін до регуляторних документів НБУ та поступово змінити державне валютне регулювання, та як одна за маловірогідних рішень є вихід української гривні на міжнародний ринок.

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНІМИ АКТИВАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ткаченко Ю.О., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Скрипник Ю.В.

Проблеми управління оборотним капіталом потребують попереднього розгляду економічної сутності поняття "оборотний капітал", яке з одного боку, має визначити сутність такого управління в сучасних умовах господарювання, а з іншого – його значення для забезпечення ефективного функціонування вітчизняних підприємств.

У результаті дослідження економічної літератури було виявлено, що існує багато визначень поняття "оборотного капіталу" та виділено декілька підходів до визначення цих категорій. Ефективне використання фінансових ресурсів визначається їх оборотністю.

Оборотний капітал – це фінансові ресурси виробничих підприємств, які інвестуються ними на формування оборотних активів з метою отримання прибутку, перебуваючи в постійному кругообігу, переходять з однієї функціональної форми в іншу і можуть бути перетворені в кошти протягом одного року або одного операційного циклу, забезпечуючи тим самим безперервність процесу господарської діяльності. Термін характеризує поточні активи підприємства.

До оборотних активів належать: запаси, дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, витрати майбутніх періодів тощо. Вони перебувають у постійному русі, набуваючи форми грошей, запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції.

Ефективність використання оборотних коштів характеризується швидкістю їхнього обертання, оборотністю. Прискорення оборотності цих коштів зумовлюється: по-перше, збільшення обсягу продукції на кожну грошову одиницю поточних витрат підприємства; по-друге, вивільнення частини коштів і завдяки цьому створення додаткових резервів для розширення виробництва.

Унаслідок прискорення оборотності грошових коштів зменшується потреба в них, відбувається процес вивільнення цих коштів з обороту. Боротьба за прискорення оборотності оборотних активів повинна проводитись одночасно на всіх стадіях їх кругообігу шляхом скорочення часу виробництва та часу обертання.

На даний час велике значення і особливу актуальність мають питання розробки шляхів ефективного управління оборотним капіталом підприємств. Ефективність використання оборотних коштів залежить від удосконалення управління ними на підприємстві.

До заходів для підвищення ефективності використання оборотних коштів належить і оптимізація їх обсягів. Саме з оптимізацією зв'язані найбільші резерви скорочення запасів на підприємствах, особливо з матеріаломістким виробництвом.

Для підвищення ефективності управління оборотним капіталом підприємства необхідно розробити гнучку модель розрахунку необхідного об'єму оборотного капіталу, ефективну саме для даного підприємства в рамках бюджетного планування, адаптовану до змін макро- і мікросередовища. Впровадження ефективної політики управління оборотними коштами приведе до наступного:

- оптимальна методика розрахунку витрат фінансування оборотного капіталу по стадіях виробничо-комерційного циклу позитивно вплине на прискорення оборотності запасів, матеріальних витрат, дебіторської заборгованості, готової продукції;
- оцінка стану оборотних коштів підприємства дозволить своєчасно виявляти приховані резерви фінансового розвитку в цілях підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності промислового підприємства в цілому;
- модель визначення величини оборотного капіталу, що базується на прогнозах змін макро- і мікросередовища, дозволить підприємству в рамках системи бюджетного планерування розраховувати величину оборотних коштів підприємства в плановому періоді, а також своєчасно вносити коректування при змінах зовнішнього і внутрішнього середовища;
- визначення оптимального розміру запасу дозволить скоротити витрати зберігання запасів, які пов'язані не лише із складськими витратами, але і з ризиком псування і застаріння товарів, а також з поставленою вартістю капіталу, тобто з нормою прибули, яка могла бути отримана в результаті інших інвестиційних можливостей з еквівалентною мірою ризику;
- прогнозування попиту, нормування запасів, відстеження запасів і видача в потрібні моменти замовлень в потрібній кількості приведе до зниження дефіциту запасів;
- розробка правил визначення моменту і обсягу замовлення дозволить перейти до оптимізації розміщення товарів на складі, а, отже, до мінімізації витрат, що позитивно позначиться на величині прибутку підприємства.

Отже, як висновок, можна відмітити ,що ефективно управляючи оборотними активами можна достатньо швидко досягти позитивних результатів у фінансовому оздоровленні підприємства.

ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Кобзар В.І., студ. 4 курсу Ф ЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: ст. викладач Бараннік Н.М.

Ринкові умови створюють нові можливості акумулювання коштів, необхідних для відтворення основних засобів, відкривають простір для ініціативи й підприємництва в аграрній сфері економіки. Під впливом економічної кон'юнктури ринкового середовища джерела інвестування відтворення основних засобів змінюються. Залучення інвестиційних ресурсів відбувається за допомогою нетрадиційних, нових для вітчизняної практики господарювання фінансово-кредитних інструментів. В умовах ринкових перетворень в Україні не належним чином працює механізм відтворення основних засобів в АПК, що вплинуло на погіршення їх стану та ефективності використання.

Проблеми відтворення основних засобів завжди знаходилися в центрі уваги вітчизняних науковців: П.Т. Саблука, М.Я. Дем'яненка, Я.К. Білоуська, Є.Ю. Болохвітінова, О.В. Ольховикова, В.Я. Плаксієнка, А.В. Чупіса, а також зарубіжних - А. Гроппелі, Е. Нікбахта, В. Хойєра та інших.

Проте, окремі питання вимагають детальнішого опрацювання. Відсутні комплексні розробки з проблем відтворення основних засобів в АПК в умовах ринкових перетворень. Недостатньо розглянуті питання відтворення основних засобів з урахуванням ефективності їх використання. Наукою й практикою майже не досліджено, який вплив має забезпечення екологічно безпечного режиму функціонування АПК на організаційно-економічний механізм відтворення основних засобів.

Відтворення основних засобів — це процес їх безперервного поновлення (відновлення).

Просте відтворення основних засобів здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів або заміна старого устаткування на аналогічне.

Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних засобів або придбання нових основних засобів.

Процес відтворення основних виробничих засобів має низку характерних ознак:

1) основні виробничі засоби поступово переносять свою вартість на вироблену продукцію;

2) у процесі відтворення основних виробничих засобів одночасно відбувається рух їхньої споживної вартості та вартості;

3) нарахуванням амортизаційних відрахувань здійснюється нагромадження в грошовій формі частково перенесеної вартості основних виробничих засобів на готову продукцію;

4) основні виробничі засоби поновлюються в натуральній формі протягом тривалого часу, що створює можливість маневрувати коштами амортизаційного фонду.

Відсутність науково обґрунтованих концепцій формування механізму відтворення основних засобів у перші роки реформування аграрного сектора стала однією з головних причин, що призвела до кількісного скорочення і якісного погіршення стану основних засобів аграрних підприємств. Невирішені проблеми відтворення основних засобів набули такої глибини, за якої відбулося наростання масштабів живої праці, скорочення обсягів виробництва продукції в сільському господарстві.

Серед теоретичних і методичних питань, які потребують розширення масштабності та поглиблення розробки в контексті сучасних процесів в аграрному секторі України, слід виділити: удосконалення вимірювальної системи відтворення основних засобів; обґрунтування методичних підходів до вибору методів нарахування амортизації залежно від особливостей використання основних засобів і потреб підприємства в їх оновленні; удосконалення функціонуючого механізму відтворення основних засобів, які є складовою майнових паїв колишніх членів колективних сільськогосподарських підприємств; обґрунтування механізму відтворення основних засобів біологічного походження; дослідження впливу витрат на утримання основних засобів на формування витрат підприємства; розробка методичних і методологічних підходів до вибору форм використання основних засобів на основі мінімізації витрат на їх утримання.

Практичне вирішення питання відтворення основних засобів аграрних підприємств вимагає поглибленого дослідження механізму такого відтворення. З метою його вдосконалення необхідно активізувати розвиток пайового лізингу в сільському господарстві з використанням державних коштів, удосконалити і надати прозорості механізмам розподілу державного фінансування створення і придбання основних засобів сільськогосподарського призначення, розвитку системи повного і своєчасного інформування товаровиробників щодо можливостей оновлення технічних засобів. Необхідно удосконалити нормативно – правову базу з питань прав власності та укладання угод оренди основних засобів у складі майнових паїв.

Нагальними питаннями удосконалення механізму відтворення основних засобів є: формування платоспроможного попиту сільськогосподарських товаровиробників на основні засоби; відпрацювання на державному рівні правових аспектів регулювання відтворення орендованих основних засобів у складі майнових паїв колишніх членів колективних сільськогосподарських підприємств; активізація державної підтримки формування структури сервісного інженерно - технічного обслуговування сільськогосподарських товаровиробників.

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ФОРМУВАННЯ

Райда Т.В., студ. 4 курсу Ф ЕІП, спец. “Фінанси і кредит”
Науковий керівник: к.е.н., доцент Скрипник Ю.В.

Фінансові ресурси займають особливе місце в економічних відносинах. Їхня специфіка виявляється в тому, що вони завжди виступають у грошовій формі, мають розподільний характер і відображають формування і використання різноманітних видів прибутків і нагромаджень суб’єктів господарської діяльності сфери матеріального виробництва, держави й учасників невиробничої сфери.

Фінансові ресурси — це сума грошових доходів та надходжень, що знаходяться в розпорядженні суб’єктів господарювання та призначаються для виконання фінансових зобов’язань, здійснення витрат з розширеного відтворення та економічного стимулювання робітників.

В залежності від рівня, на якому проходить формування і використання фінансових ресурсів,їх поділяють на:

- централізовані – які утворюються на рівні держави,окремих територіально-адміністративних одиниць, об’єднань, міністерств;
- децентралізовані – створюються окремими субєктами господарювання.

Усі джерела беруть участь як у формуванні активів підприємства, так і у здійсненні його виробничо-фінансової діяльності. Серед них розрізняють наступні:

– власні (частина капіталу в активах підприємства, яка залишається після вирахування його зобов’язань.

– залучені (довгострокові та короткострокові кредити банку).

Первісне формування фінансових ресурсів відбувається у момент створення підприємства, коли утворюється статутний фонд. Його джерелом, залежно від організаційно-правових форм підприємства, виступають: акціонерний капітал, пайові внески членів кооперативів, бюджетні кошти, кошти юридичних та фізичних осіб. Далі, у процесі функціонування підприємства, основним джерелом фінансових ресурсів виступають грошові доходи та находження у вигляді прибутку та амортизаційних відрахувань, стійкі пасиви, цільові надходження та інші.

Фінансові ресурси підприємства, організації і установи використовують за такими напрямками:

- розширене відтворення і розвиток підприємств: придбання обладнання та інвентаря, капітальне будівництво, ремонт основних фондів, здійснення реконструкції, оновлення виробництва, автоматизація, механізація виробничих процесів тощо;
- вирішення соціальних проблем трудового колективу: утримання соціальнокультурних об’єктів (баз відпочинку, будинків культури, дитячих садків, профілакторіїв), будівництво житла;
- матеріальне стимулювання працюючих за досягнення кращих індивідуальних та колективних результатів: премії, персональні надбавки, компенсації;
- створення фінансових резервів, необхідних для забезпечення безперервного виробничого процесу на підприємствах;
- задоволення інших потреб.

Загальна сума фінансових ресурсів складається у кожного підприємства з таких елементів: статутний капітал, додатковий капітал (у тому числі капітальний дохід у вигляді фонду індексації основних засобів і нематеріальних активів), резервний капітал, централізовані кошти для фінансування капітальних вкладень,спеціальні фонди і цільове фінансування, фонд зносу необоротних матеріальних і нематеріальних активів, відстрочена податкова заборгованість, резерви наступних виплат і платежів, нерозподілений прибуток, довготермінові й короткотермінові кредити комерційних банків, позикові кошти від реалізації власних цінних паперів, кредиторська заборгованість усіх видів, включаючи заборгованість із бюджетних платежів, із відрахувань на соціальні заходи держави, на оплату праці, за виданими векселями, за одержаними авансами, інші кошти, які знаходять відображення в пасиві бухгалтерського сальдового балансу підприємства.

На розвиток підприємств негативно впливає кризова ситуація в країні, зокрема низька купівельна споможність населення, неплатоспроможність основних виробничих підприємств, недосконале законодавство, недостатнє методичне і організаційне забезпечення санацій та процесів, державної підтримки підприємств. Тому в сучасних умовах дефіциту фінансових ресурсів як на державному рівні, так у на рівні підприємств важливим є пошук нових видів доходів (проведення прискореної амортизації, випуск цінних паперів, приватизація, здача майна в оренду та інші).

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 обгрунтоване використання податкових, інвестиційних та цінових механізмів сприятиме виходу з фінансової кризи, надходженню коштів до бюджету, збільшення дохідності підприємств.

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

Пономаренко К.В., студ. 4 курсу, спец. «Фінанси і кредит»
Науковій керівник: асистент Мошенець І.В.

Однією з найважливіших проблем, з якою стикаються вітчизняні підприємства, є недостатня ефективність організації управління їхніми фінансовими ресурсами в умовах переходу до ринку, з огляду на те, що фінансові ресурси - найважливіший чинник економічного зростання.

В економічній науковій та практичній літературі досі немає єдиної думки щодо визначення фінансових ресурсів, їх змісту та ролі у відтворювальному процесі. Багато визначень, що подаються в словниках та науковій літературі не відповідають сутності фінансових ресурсів або розкривають її не повністю.

Темою фінансових ресурсів цікавиться чимало науковців, зокрема професор КНЕУ Поддєрьогін А.М., кандидати економічних наук, такі як Садеков А.А., Лащак В.В., Чацкіс Ю.Д., Литвиненко Є.О., Василик О.Д. та багато інших. А так як проблема формування та ефективного використання фінансових ресурсів на сьогоднішній день є досить актуальною, достатньо великий обсяг інформації зосереджений і в періодичних виданнях.

На думку А.Г. Загороднього, "фінансові ресурси - це сукупність коштів, що є в розпорядженні держави та суб'єктів господарювання". Це визначення не точне й не повне, оскільки зводить поняття "фінансові ресурси" до сукупної маси коштів на підприємстві. На противагу цьому фінансові ресурси характеризують грошові нагромадження, грошові фонди, які формуються в процесі розподілу створеного на підприємстві продукту.

Згідно з Опаріним В. М. фінансові ресурси - це сума коштів, які спрямовані в оборотні і необоротні активи підприємства. Поддєрьогін А. М. вважає, що фінансові ресурси - це грошові засоби, які є в розпорядження підприємства, а саме грошові фонди, а також частина грошових засобів в не фондовій формі. Відповідно до Павлової Л. Н. фінансові ресурси - це частина грошових доходів та надходжень суб'єктів господарювання, які використовуються для формування фондів фінансових ресурсів або в не фондовій формі для забезпечення процесів відтворення.

Сичов М.Г. підкреслює, що фінансові ресурси як грошові нагромадження і грошові фонди створюються підприємствами, об'єднаннями, організаціями, державою в порядку розподілу й перерозподілу суспільного продукту і національного доходу. ГуйдаТ.В. визначає фінансові ресурси як сукупність доходів, відрахувань та надходжень, що перебувають у розпорядженні підприємств, організацій та держави і спрямовуються на задоволення суспільних потреб з метою розширення виробництва і зростання матеріального добробуту народу.

Наведені визначення фінансових ресурсів вказують на місце створення ресурсів і належність їх до суб'єктів фінансових відносин. Але не вказується джерело їх створення та призначення.

Вітчизняний вчений Коробов М.Я. визначає фінансові ресурси як централізовані й децентралізовані грошові фонди цільового призначення, які формуються в процесі розподілу і перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту і національного доходу й призначаються для використання відповідно до завдань соціально-економічного розвитку суспільства й трудових колективів окремих підприємств. В цьому визначенні чіткіше вказується цільове призначення фінансових ресурсів, але не визначається джерело їх створення.

Щоб сформулювати поняття "фінансові ресурси" необхідно виходити, перш за все, з поняття "ресурси". Слово "ресурси", походить від французького "ressource", що означає - допоміжний засіб, тобто, щось таке, що може бути використане з певного джерела (запаси, кошти, матеріали тощо). Фінансові ресурси виникли на ринковому етапі розвитку суспільного виробництва і їх відносять до похідних.

Тому, враховуючи специфічність поняття фінансів підприємств, для визначення поняття фінансових ресурсів підприємств можна навести ті критерії, яким воно повинно відповідати. А саме:

- джерело створення фінансових ресурсів;
- форма виявлення фінансових ресурсів,
- цільове призначення фінансових ресурсів на певні цілі.

Характерною рисою фінансових ресурсів є те, що вони виражають не зміну форм вартості, а фінансовий результат процесу відтворення. Фінансові ресурси свідчать про наявні можливості економічного і соціального розвитку. Фінансові ресурси властиві всім суб'єктам фінансових відносин.

На основі визначення Павлюка К.В фінансових ресурсів держави, можна сформулювати визначення фінансових ресурсів підприємств, характеризуючи *їх* як грошові нагромадження і доходи, які створюються в процесі розподілу й перерозподілу виручки та прибутку й зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення й задоволення інших суспільних потреб.

На мою думку визначення Павлюка К. В. є найбільш повним та відповідним терміну «фінансові ресурси».

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Роспутько Ю.М., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Конєва І.І.

Економіка України поступово трансформується в ринкову, визначальними рисами якої є функціонування різних форм власності, вільне підприємництво, конкуренція в усіх її формах, ринкове ціноутворення, прибуток та інші категорії, властиві товарно-ринковому господарству. На сучасному етапі створення та подальша діяльність будь-якого господарюючого суб'єкту, не залежно від виду його діяльності чи форми власності , є отримання кінцевого фінансового результату , тобто прибутку. Отже, фінансовий результат – це прибуток або збиток, який отримує господарюючий суб'єкт, в результаті своєї діяльності, а також є одним з найважливіших економічних показників, який узагальнює усі результати господарської діяльності та надає комплексної оцінки ефективності цієї діяльності.

В умовах сучасного економічного розвитку країни та формування реальної самостійності підприємств прибуток одержав новий зміст, оскільки в ринкових умовах він виступає не тільки основним джерелом розвитку господарської діяльності будь-якого підприємства, але й стимулом його діяльності. Прибуток забезпечує інтереси держави, власників, персоналу підприємства і є головною рушійною силою ринкової економіки.

Поняття прибутку в економічній системі існує у зв'язку з наявністю товарно-грошових відносин, появою і розвитком інституту власності, особливо приватної. Перші визначення прибутку збігалися зі значенням валового доходу, який поділявся на три категорії: доходи від капіталу, землі та доходи від праці. Вважалося, що кожен із видів доходів є обов'язковою винагородою для одержувача за надані ним послуги у народному господарстві.

Увагу економістів здавна привертала проблема з'ясування суті прибутку, його джерел, а також функцій, які він виконує за умов різних економічних систем. Найближче підійшли до розуміння змісту прибутку класики буржуазної політичної економії Вільям Петті, Адам Сміт, С. Сісмонді. Прибутком у розумінні В.Петті є та частина продукту, яка залишається після відрахування заробітної плати, тобто прибуток зводився до ренти. А.Сміт під прибутком розумів дохід промислового капіталіста, що залишився після сплати ренти земельному власнику і відсотка власнику грошового капіталу. Теорія прибутку у Сісмонді глибоко розроблена, але залишається різнобарвною: від визначення прибутку як доходу капіталіста, що представляє собою вирахування з продукту праці робітника, до зведення прибутку до результату продуктивності самого капіталу, або ототожнення прибутку з винагородою за бережливість капіталіста.

Прибуток підприємства є об'єктом управління та показником, що створює стимул для інвестування в ті сфери, де можна домогтися найбільшого приросту вартості. Прибуток як економічна категорія відображає кінцеву грошову оцінку виробничої та фінансової діяльності і є найважливішим показником фінансових результатів підприємницьких структур, їх фінансового стану. Він сигналізує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва і реалізації, розширення асортименту виготовлюваних товарів, доцільність змін у ціновій політиці

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності, обчислення собівартості продукції, загальногосподарських витрат, визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності. Отже, на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: ефективність його фінансово-господарської діяльності, сфера діяльності, галузь господарювання. Прибуток є основним внутрішнім джерелом формування фінансових результатів підприємства, що забезпечують його розвиток. В системі внутрішнім джерел формування цих ресурсів прибутку належить чільна роль. Чим вищим є рівень генерування прибутку підприємства в процесі його господарської діяльності, тим менша в нього потреба в залученні фінансових засобів з зовнішніх джерел і при інших рівних умовах, тим вище рівень самофінансування його розвитку, забезпечення реалізації стратегічних мети цього розвитку.

В сучасних умовах відбуваються зміни, що впливають на підходи до управління підприємством. Ці зміни відображають нову роль прибутку для діяльності підприємства. Для ефективного управління підприємством у цілому й таким важливим показником, як прибуток, зокрема, необхідне вдосконалення існуючих інструментів управління, а також розробка нових, що відповідають сучасним економічним умовам діяльності українських підприємств. Ступінь адекватності системи управління прибутком реальній дійсності значною мірою залежить від того, наскільки ефективними є інструменти управління прибутком підприємства. Таким чином,розмір одержаного прибутку залежить від ціни реалізації і закупівлі товарів, кількості проданих товарів, різниці між доходами, витратами обігу і витратами від іншої (позареалізаційної) діяльності. Управління даними факторами та їх прогнозування дозволяє забезпечити отримання необхідного прибутку.

ПРОБЛЕМИ ЗДІЙСНЕННЯ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Петренко С.Б., студ. 4 курсУ ФЕІП
Науковий керівник: к.е.н., доцент Максимова Н.О.

В сучасних умовах спостерігається тенденція до скорочення готівкових розрахунків на підприємствах України, особливо у сфері сільського господарства. Це відбувається за рахунок переходу більшості господарств на безготівкові операції, які вважаються менш затратними.

Готівкові кошти використовуються: для кругообігу товарів і послуг; для розрахунків по виплаті заробітної плати, премій, пенсій; по виплаті страхового відшкодування, по договорам страхування; при оплаті цінних паперів і виплаті доходу по ним. Готівкові розрахунки обслуговують акти купівлі-продажу товарів, як правило, з участю населення, тобто здійснюються між підприємством і населенням. Самі ж підприємства використовують у розрахунках між собою готівку лише для операцій з незначними сумами грошей. Основною сферою застосування готівки є оплата праці, що формує грошові доходи населення та подальше їх витрачання.

Готівкові розрахунки здійснюються за допомогою різних видів грошей: банкнот, металевих монет, інших кредитних інструментів – векселів, банківських векселів, чеків, кредитних карт.

Кожне сільськогосподарське підприємство має право здійснювати розрахунки між собою в готівковій формі. Ці розрахунки можна проводити як за рахунок коштів у касі банку, так і за рахунок отриманої виручки. Готівкові кошти можуть бути отримані з рахунків лише у межах наявних там коштів. Загальна сума готівкового розрахунку між двома підприємствами не повинна перевищувати 3000грн. на протязі одного дня за декількома платіжними дорученнями.

Для здійснення готівкових розрахунків, кожне сільськогосподарське підприємство повинно мати касу і вести касову книгу за встановленою формою. В касі підприємства залишок готівки на кінець робочого дня не повинен перевищувати ліміту каси, встановленого банком та погодженого з підприємством. Господарства не мають права нагромаджувати в своїх касах готівку понад встановлені ліміти для здійснення майбутніх витрат. Готівка, яку суб'єкт отримав в установі банку, має використовуватись тільки за прямим призначенням, тобто на цілі, на які вона отримана.

Готівкові кошти, що надійшли до каси підприємства мають бути здані ними до установи банку для зарахування на поточні рахунки. Банківська установа, виходячи із потреб прискореного обігу грошових коштів і своєчасного надходження їх до кас банку, встановлює підприємству строки і порядок здавання готівки. Крім того до уваги береться територіальне розміщення банку та підприємства.

Усі підприємства, що здійснюють операції з готівкою і мають поточні рахунки в установах банків можуть тримати в своїй касі на кінець дня готівку в межах установлених їм банками лімітів каси. Ліміт визначається з урахуванням режиму та специфіки роботи підприємства, обсягу касових оборотів, віддаленості від установи банку, установлених строків і порядку здавання готівки, тривалості операційного часу установи банку.

Операції, проведені через касу, мають бути записані у касовій книзі. Якщо підприємства мають підрозділи, які здійснюють касові операції з готівкою, незалежно від того, чи виділено ці підрозділи на самостійний баланс, чи ні, вони повинні також вести касові книги.

Відповідальність за проведення операцій з готівкою на сільськогосподарському підприємстві покладено на касира, який приймає та видає кошти відповідно до прибуткових та видаткових касових ордерів. Касир несе повну матеріальну відповідальність за збереження всіх прийнятих ним цінностей, а також за будь-який збиток, нанесений підприємству. Для контролю, проводяться інвентаризації готівкових коштів в касі й ревізії каси.

Постійний контроль за дотриманням правил ведення касових операцій і готівкових розрахунків дозволить зменшити масштаби використання готівки підприємствами й організаціями, а отже і обмежить роль готівкового обігу.

Для кожної галузі економіки має бути розроблена індивідуальна структура ведення готівкових розрахунків, що забезпечить більш ефективне та швидке функціонування окремої галузі.

Сам хід ринкових реформ потребує постійного перегляду та вдосконалення нормативних документів, що регламентують обіг готівки. Нормативна база НБУ щодо регулювання використання готівки повинна охоплювати усі сфери її обігу у господарській діяльності.

Перспективи скорочення готівково-грошового обігу пов'язані з макроекономічною стабілізацією вітчизняного народного господарства. Переходячи на світові стандарти,Україна поступово відмовляється від готівкових розрахунків і застосовує міжнародну безготівкову систему.

На нашу думку, дані перетворення будуть сприяти економічному розвитку, оскільки операції з готівкою є повільними та потребують значних витрат.

БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Кравченко М.О., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцен, Шалигіна І.В.

Планування діяльності організації за допомогою бізнес – плану змушує керівників займатися безперервним перспективним плануванням, чіткіше визначати і конкретизувати щоденні завдання виробництва і реалізацію продукції, розробляти заходи, страхуватися від збитків в умовах мінливої ринкової кон'юнктури.

Керівник будь – якої організаційно – правової форми сільськогосподарського підприємства зазвичай розглядає велику кількість варіантів виробництва, переробки, зберігання і реалізації сільськогосподарської продукції, стратегію використання внутрішніх можливостей підприємства, його фінансування. Чим крупніше підприємство, тим більше його фінансові можливості, тим вище його ризик на ринку.

Необхідність у складанні бізнес – планів, як правило, виникає в наступних випадках: при організації або реорганізації підприємства; зміна організаційно – правової форми господарювання; зміні його виробничого напрямку, напрямки виробничої та комерційної діяльності; вихід на зовнішній ринок і залучення іноземних інвестицій.

На відміну від виробничо – фінансового плану форма бізнес – плану остаточно не склалася, існує кілька варіантів, які незначно розрізняються за кількістю та змісту розділів.

Основні розділи бізнес - плану наступні:

1. Можливості сільськогосподарського підприємства, його коротка характеристика.

У цьому розділі необхідно показати, що можуть отримати акціонери при успішної реалізації плану, який ризик здійснення проекту.

2. Види виробленої товарної продукції і послуг, їх якості та коротка характеристика.

Містить опис всіх товарів і послуг, яке може запропонувати господарство покупцям на ринку, тобто даються: назва товарної продукції, характеристика ступеня стійкості її реалізації, основні канали реалізації, зміна якості реалізованої продукції, її екологічні властивості, характеристики з позиції ресурсозабезпечення, наукомістких.

3. Коротка характеристика ринків збуту (характеристика конкурентів).

Містить коротку характеристику ринків збуту товарів і послуг по регіонах і конкурентів. Тут необхідно показати можливості підприємства або окремого підприємця Занять свою нішу на ринку, охарактеризувати сегменти ринку по регіонах. Слід оцінити регіональні ринки з ємності, перспективі та стабільності. Доцільно дати характеристику найбільш вірогідних конкурентів, їх ціни, якості продукції.

4. План маркетингу і його стратегія.

Це найважливіший розділ бізнес-плану. Його зміст залежить від виду підприємницької діяльності, однак обов'язково повинні бути відображені стратегія маркетингу, ціноутворення, можливих витрат на маркетинг, рекламна політика, формування суспільної думки про підприємство.

5. Виробничий план.

У розділі повинна бути запропонована раціональна структура виробництва підприємства. Якщо на підприємство розроблений виробничо - фінансовий план, основні висновки з виробничого розділу можуть бути перенесені в бізнес - план.

6. Організаційний план.

Доцільно виділити наступні групи питань: організаційна структура підприємства, робоча сила, управлінський персонал, кадрова політика, правове забезпечення діяльності підприємства.

7. Оцінка ризиків і страхування.

У розділі необхідно вказати найбільш ймовірні ризики в процесі виробництва продукції та її реалізації, а також розробити можливі методи захисту від впливу спонтанних ситуацій.

8. Планування трудових ресурсів і соціальних відносин.

Бажано спроектувати соціальну інфраструктуру, виходячи з фінансових можливостей господарства. Дані цього можна взяти з перспективних прогнозів господарства.

Всі вище названі розділи бізнес-плану вимагають інвестицій.

Методика їх розрахунку дається в дев'ятому розділі, вона аналогічна методиці розрахунку показників перспективних і річних планів. Точне обґрунтування необхідних інвестицій зробити досить складно, тому план інвестицій слід кілька завищувати.

9. План інвестицій.

10.Фінансовий план і стратегія фінансування.

Правильно складений фінансовий план приваблює інвесторів. У бізнес - плані бажано розглянути кілька сценаріїв фінансового плану з урахуванням ймовірних ситуацій на виробництві і на ринку. Невід'ємною частиною розділу є розробка стратегій фінансування, ці розробки можуть проводиться у вигляді сценаріїв

В залежності від організаційно - правової форми сільськогосподарського підприємства, його розміру розділи бізнес - плану розробляють з різним ступенем деталізації.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО

Покришка Л.О., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

На сучасному етапі розвитку агропромислового комплексу України важливу роль відіграє впровадження новітніх технологій та досягнень науково-технічного прогресу. Інновації є засобом підвищення ефективності виробництва продукції, а також засобом адаптації підприємства до змін соціального, економічного, політичного середовища.

Сучасний стан наукового забезпечення інноваційного процесу сільськогосподарської науки дійшов до критичної межі: матеріально-технічна база науково-дослідних установ зношена, не вистачає приладів для досліджень, особливо з найбільш наукомістких напрямів, зокрема, біотехнології.

Внаслідок довготривалості етапів розробки фундаментальних інновацій в сільському господарстві, результати наукових досягнень у селекції сільськогосподарських культур дають максимальну віддачу через 15-20 років від початку фінансування кожного окремого напряму наукової роботи, а в селекції порід тварин – 20-30 і більше років.

Для України тисячоліттями визначальною галуззю існування населення було сільське господарство. При вливанні в агропромисловий комплекс рушійних сил, країна вже сьогодні здатна забезпечити конкурентоспроможність і створити нові робочі місця за допомогою цілеспрямованого розвитку всієї технологічної бази. Тут можливо використовувати цілу низку технологій, починаючи з нанотехнологій та молекулярної генетики і закінчуючи екологізацією та ресурсозбереженням всіх елементів технологічних ланцюжків виробництва, збереження і переробки сільськогосподарської продукції, а також різні варіанти менеджменту і організації виробництв, які краще реагують на потреби виробничого процесу і ринку. Конкурентоспроможну нішу неминуче буде втрачено тими підприємствами та організаціями, яким не вдалося оцінити важливість безупинної і багатоаспектної реалізації інновацій.

Сьогодні сільське господарство, як і економіка всієї країни, знаходиться в кризовому стані. Але у кризі важливо шукати не лише негативні наслідки - вона може спричинити ліквідацію застарілих, неефективних систем. Минулий досвід низки країн свідчить, що реформи, спрямовані на розвиток інноваційної сфери, суттєво підсилюють економічний потенціал навіть в умовах кризи. Наприклад, Данія довгий час вважалася аграрною країною, значну частину експорту якої були зернові культури до більш промислово розвинутих країн Європи. З ростом транспортних можливостей торгівельного флоту та залізниці з'явилися нові експортери - Росія, США, Канада, Аргентина, які пропонували харчове і фуражне зерно за більш привабливими для споживача цінами. Але в країні не загубили зернову галузь, а переспрямували її в інше русло – свинарство. Датський бекон став всесвітньо відомим брендом. Надалі системою заохочень до постійної модернізації технологій держава зміцнила позиції цієї галузі, країна стала навіть імпортером зерна, а м'ясна галузь стала високотоварним, технологічним виробництвом і тим локомотивом, який потягнув за собою машинобудування, переробну промисловість, сервісне обслуговування агропромислового виробництва, а також створив унікальні кооперацийні умови між суб'єктами господарювання і наукою. Галузь стала значним наповнювачем бюджету, як місцевих муніципалітетів, так і країни в цілому.

На сьогодні більшість підприємств (переважно колективної форми господарювання) забезпечені комп'ютерною технікою, що значно полегшують роботу як керівництва, так і персоналу. Проте через нестачу кваліфікованих програмістів ці засоби не використовуються в повну силу як для отримання інформації, так і для її аналізу.

Загалом Україна має потенційні можливості для успішного здійснення інноваційної діяльності, однак на рівні держави необхідно виконати ряд заходів:

- забезпечити стабільну економічну ситуацію в країні для залучення інвестицій в агропромисловий комплекс;
- надати пільги підприємствам, які створюють інноваційний продукт, що дозволить збільшити фінансові ресурси для реалізації інноваційної програми підприємства;
- зорієнтувати фінансово-кредитні установи на надання кредитів підприємствам, що займаються інноваційною діяльністю.

Використання запропонованих заходів щодо стимулювання впровадження інновацій підприємствами агропромислового комплексу дозволить покращити процес виробництва, ефективно використовувати внутрішні і залучати зовнішні інвестиції в інноваційну діяльність.

Тому сьогодні невідкладним є пошук, допомога трансферу інноваційних досягнень в напрямки агропромислового розвитку, в ті сфери діяльності, де можливий швидкий старт, який спрямований не тільки на прибуток, а й вирішення соціальних питань сільських територій, екологізацію виробництва, забезпечення росту внутрішнього споживчого ринку й експортного потенціалу вітчизняної продукції.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вовк М.М., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Прибуток є однією з основних категорій товарного виробництва. Це передусім виробнича категорія, що характеризує відносини, які складаються в процесі суспільного виробництва.

Прибуток - це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми. Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту.Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією.

Однією з найголовніших складових фінансової політики підприємства є політика формування та розподілу прибутку підприємства. Саме прибуток визначає для виробничої діяльності рішення трьох корінних взаємозалежних проблем: що продавати, як продавати і для кого продавати, і, таким чином, визначає політику формування та розподілу прибутку - політику планування, розподілу, організації, аналізу і контролю витрат і доходів в середині підприємства.

В умовах ринкової економіки, прибуток - найважливіший оціночний показник діяльності підприємства, джерело матеріального добробуту підприємства і його працівників, держави в цілому. Саме політика розподілу прибутку визначає пропорції розподілу прибутку на внутрішні інвестиції, соціальні заходи, відшкодування в бюджет, і є важливою ланкою загальної політики управління прибутком на підприємстві.

На кожнім підприємстві формуються чотири показники прибутку, які істотно розрізняються по величині, економічному змісту і функціональному призначенню. Базою всіх розрахунків служить балансовий прибуток — основний фінансовий показник виробничо-господарської діяльності підприємства. Для цілей оподатковування розраховується спеціальний показник — податковий прибуток, а на його основі — прибуток, що оподаткується, та прибуток, що не оподаткується. Отже, створюється можливість збільшення прибутку підприємства за рахунок збільшення частки прибутку в ціні окремих виробів. Цьому сприяє брак належної конкуренції, монопольне становище деяких підприємств у виробництві та реалізації багатьох видів продукції.

Засоби або майно, отримані підприємством безкоштовно, до складу прибутку не включалися. Отримання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) залежить від здійснення основної діяльності суб'єктів господарювання.

Прибуток є складовою частиною виручки від реалізації. Однак на відміну від виручки, надходження якої на поточний рахунок підприємства фіксується регулярно, обсяг отриманого прибутку визначається тільки за певний період (квартал, рік) на підставі даних бухгалтерського обліку. Однак незалежно від визначення моменту реалізації в законодавчих актах реальне формування на підприємстві прибутку від реалізації продукції має місце тільки за умови, коли така відбувається насправді, тобто коли кошти від покупця надходять на банківський рахунок постачальника. Прибуток від реалізації продукції безпосередньо залежить від двох основних показників: обсягу реалізації продукції та її собівартості.

Головна вимога, яка пред'являється сьогодні до системи розподілу прибутку, що залишається на підприємстві, полягає в тім, що вона повинна забезпечити фінансовими ресурсами потреби розширеного відтворення на основі встановлення оптимального співвідношення між засобами, що направляються на споживання і накопичення.

При розподілі прибутку, визначенні основних напрямків його використання насамперед враховується стан конкурентного середовища, що може диктувати необхідність істотного розширення і відновлення виробничого потенціалу підприємства. На будь-якому підприємстві об'єктом розподілу є балансовий прибуток підприємства. Під його розподілом розуміється направлення прибутку в бюджет і по статтях використання на підприємстві. Законодавчо розподіл прибутку регулюється у виді податків і інших обов'язкових платежів.

Держава не встановлює яких-небудь нормативів розподілу прибутку, але через порядок надання податкових пільг стимулює напрямок прибутку на капітальні вкладення виробничого і невиробничого характеру, на благодійні цілі, фінансування природоохоронних — заходів, витрат по змісту об'єктів і установ невиробничої сфери тощо. Із загального (валового) прибутку сплачується податок. Величина, що залишилась, є чистим прибутком. Важливими показниками прибутковості сільськогосподарських підприємств є показники рентабельності.

Порядок розподілу і використання прибутку підприємства фіксується в його статуті і визначається положенням, що розробляється відповідними підрозділами економічних і фінансових служб і затверджується керівним органом підприємства. У сучасних складних умовах, коли значна частка підприємств збиткова, прибуток тимчасово не може бути головним джерелом поповнення власних обігових коштів. Правильний а головне ефективний розподіл прибутку на підприємстві дає позитивні результати розвитку всієї інфраструктури підприємства в цілому.

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Резник М.М., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

У теоретичному аспекті фінансове планування розглядається як невід'ємна частина загального планування господарсько – виробничої діяльності підприємства. В той же час фінансове планування означає свідому організацію фінансового розвитку на підставі гармонійної, оптимальної структури цілей і відповідних їм засобів досягнення. За допомогою нього зводиться до мінімуму невизначеність ринкового середовища та його негативні наслідки для суб'єкта господарювання.

Фінансове планування є необхідним для фінансового забезпечення розширення кругообороту виробничих фондів, досягнення високої результативності виробничо-господарської діяльності, створення умов, які забезпечили б платоспроможність та фінансову стійкість підприємства. Ринок ставить високі вимоги до якості фінансового планування, оскільки нині за негативні наслідки своєї діяльності відповідальність нестиме само підприємство. За нездатності врахувати несприятливу ринкову кон'юнктуру підприємство стає банкрутом і підлягає ліквідації з відповідними негативними наслідками для засновників.Сьогодні фінансове планування вимагає використання нових принципів організації. Його зміст та форми мають бути суттєво змінені у зв'язку з новими економічними умовами та соціальними орієнтирами.

Фінансове планування - це процес визначення обсягу фінансових ресурсів за джерелами формування і напрямками їх цільового використання згідно з виробничими та маркетинговими показниками підприємства у плановому періоді. Метою фінансового планування є забезпечення господарської діяльності необхідними джерелами фінансування.

Фінансове планування втілює встановлені цілі у форму конкретних фінансових показників і забезпечує фінансовими ресурсами закладені в виробничому плані економічні пропорції.

Значення фінансового планування полягає в тому, що воно дає можливість визначити життєздатність проекту підприємства з умов конкуренції і є інструментом одержання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

Фінансове планування передбачає багато методів, найчастіше з яких використовується балансовий метод. Серед методів також відомі: нормативний, розрахунково – аналітичний, оптимізації планових рішень, економіко – математичне моделювання. При плануванні необхідно, вибирати найбільш вигідні варіанти капіталовкладень, враховувати собівартість тощо. В сучасних економічних умовах основним документом фінансового планування на підприємстві, є бізнес – план.

Кожне підприємство, незалежно від масштабів і виду діяльності, кожна підприємницька структура в умовах ринкового господарювання займається плануванням. Відсутність планів супроводжується помилковими маневрами, несвоєчасною зміною орієнтації, що призводить до втрати позицій на ринку, нестійкого фінансового стану, банкрутства підприємств.

Фінансове планування сприяє виявленню внутрішніх резервів для потреб підприємства. Це забезпечується тим, що, по-перше, воно виходить із необхідності найефективнішого використання виробничих потужностей нової техніки, передової технології виробництва, поліпшення якості продукції; по-друге, виконання планів з прибутку та обсягу інших фінансових ресурсів (наприклад амортизації на повне відтворення основних засобів) потребує дотримання планових норм витрат праці і матеріальних ресурсів; по-третє обсяг фінансових ресурсів, який визначається при плануванні, не дає змоги підприємству або утруднює створювати надмірні запаси матеріальних ресурсів, робити позапланові капітальні вкладення.

Орієнтація плану на соціальний і економічний розвиток підприємства, як один із принципів фінансового планування при його раціональному використанні забезпечує економічну і кадрову стабільність, сприяє творчому пошуку й зростанню ефективності виробництва.

В теперішній час без фінансового планування і таких важливих компонентів цього процесу як фінансовий та бізнес плани не може бути досягнутий той рівень управління виробничо – господарською діяльністю підприємства, який забезпечує йому успіх на ринку. Ніякий інший вид планування не може мати для підприємства такого узагальнюючого, глобального значення, бо саме фінанси охоплюють усі без винятку сторони і ділянки його функціонування.

В сучасних умовах роль фінансового планування принципово змінилася на відміну від часів централізовано керованої економіки. Зараз підприємства самі зацікавлені в тому, щоб реально оцінювати свій фінансовий стан сьогодні та на найближчу перспективу, по-перше, щоб досягнути успіху в своїй господарській діяльності; по-друге, щоб своєчасно виконати свої зобов'язання перед бюджетом, соціальними фондами, банками та іншими кредиторами, тим самим захистивши себе від штрафних санкцій.

За ринкової економіки значно підвищується матеріальна відповідальність керівника підприємства за його фінансовий стан. Саме тому зросла важливість перспективного, поточного та оперативного фінансового планування для забезпечення стійкого фінансового стану підприємств та підвищення рентабельності їх виробництва.

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Кузьменко О.С., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Таке поняття, як „фінансова криза", останній рік звучить майже звідусіль. Адже, кожен знає, що для ефективної роботи будь-якого підприємства необхідні фінансові ресурси. З погляду на це, кожне підприємство турбується про їх наявність і робить різні кроки до їх залучення. Від результативної роботи підприємства залежить добробут нашої держави і населення.

На сьогоднішній день потреба у формуванні фінансової стратегії є важливою складовою успішного функціонування будь-якого підприємства. Фінансова стратегія підприємства є потужним інструментом досягнення пріоритетних фінансових цілей і охоплює всі сторони діяльності підприємства, в тому числі оптимізацію основних та оборотних коштів, розподіл прибутку, безготівкові розрахунки, податкову і цінову політику, політику в галузі цінних паперів і ін.

Розробка фінансової стратегії є важливою складовою програми підприємства, яка дозволить підвищити рівень обґрунтованості прийнятих управлінських рішень фінансового характеру і вижити в сучасних умовах господарювання.

Проблема необхідності розробки фінансової стратегії підприємства є досить актуальною в працях таких вчених, як Г. Веретенникова, А.П. Градова, Н.Ф. Самсонова, А.М. Ковальова , М.Г. Лапуста, Л.Г. Скамай та інші.

Сучасний стан розвитку економіки, науки та техніки вимагає від підприємств прискорення процесу розвитку, процесу керування. Таке прискорення збільшує потенційну можливість виникнення на підприємстві кризового становища. Тому дуже важливо постійно розробляти, поновлювати та впроваджувати на підприємстві антикризові програми.

Проблема в тому, що в процесі пристосування до ринкових методів господарювання Україна направляє основні свої зусилля на розв'язання макроекономічних проблем, у той час як мікроекономічним аспектам та економіці підприємства приділяється досить мало уваги. Саме перехід до ринкових методів господарювання вимагає здійснення належного контролю за фінансово-економічним станом суб'єктів господарювання з метою запобігання виникненню кризового стану підприємства.

Система антикризового управління підприємством – це сукупність заходів щодо запобігання і виведення об'єкту з кризової ситуації і зв'язок між ними. В глибинних причинах будь-якої кризи лежить сукупність різних чинників. Їх можна умовно розділити на дві основні групи: зовнішні (незалежні від діяльності підприємства) і внутрішні (залежні від діяльності підприємства). Ці чинники необхідно враховувати не тільки при розробці, але і при впровадженні системи антикризового управління на підприємстві, не тільки за фактом наявності, але й в динаміці розвитку.

Розробка фінансової стратегії є одним з ефективних елементів формування антикризової програми. У наш час функціонування підприємства без фінансової стратегії неможливе.

Перспективне фінансове планування визначає найважливіші показники, пропозиції та темпи розширеного відтворення, є основною формою реалізації головних цілей підприємства. Формування антикризової програми включає розробку фінансової стратегії підприємства та прогнозування його фінансової діяльності.

Фінансова стратегія представляє собою визначення довгострокової мети фінансової діяльності підприємства, вибір найбільш ефективних способів і шляхів їх досягнення.

Завданнями фінансової стратегії є:

1) визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей;

2) визначення перспективних фінансових взаємовідносин з суб'єктами господарювання, бюджетом, банками та іншими фінансовими інститутами;

3) фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу;

4) вивчення економічних та фінансових можливостей ймовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;

5) розробка способів виходу з кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

Розробка фінансової стратегії – це галузь фінансового планування. Як складова частина загальної стратегії економічного розвитку, вона має узгоджуватися з цілями та напрямками останньої. У свою чергу, фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію підприємства. Зміна ситуації на макрорівні та на фінансовому ринку спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку підприємства.

Успіх фінансової стратегії підприємства гарантується, коли фінансові стратегічні цілі відповідають реальним економічним та фінансовим можливостям підприємства, коли чітко централізовано фінансове керівництво, а методи його є гнучкими та адекватними змінам фінансово-економічної ситуації.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ВАЛЮТНОГО РИНКУ

Трачук Р.М., студ. 2 курс ФЕІП
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Сучасний валютний ринок це не просто місце здійснення валютних операцій. Він представляє систему різноманітних економічних та організаційних відносин між країнами учасниками з приводу зовнішньої торгівлі, надання послуг, залучення інвестицій та інших видів діяльності, які вимагають обміну і використання іноземної валюти.

Валютний ринок – це складова частина грошового ринку, де зустрічаються попит і пропозиція на валюту. Зовнішній валютний ринок (ЗВР) – це найбільший у світі фінансовий ринок, на якому здійснюються міжнародна торгівля та обмін іноземних валют. ЗВР не є централізованим, він діє за допомогою багатьох установ.

Коли фірми беруть участь у міжнародній торгівлі, вони вступають у звичайні ділові відносини: купують, продають, беруть позичку та надають кредит. У міжнародній торгівлі місцева валюта одного продавця є іноземною для іншого. Якщо експортеру вдається домовитися про здійснення платежів у валюті його країни, то іноземний покупець повинен мати певну кількість цієї валюти для виконання платежу. Для цього йому варто звернутися в банк і купити необхідну кількість іноземної валюти в обмін на валюту своєї країни.

Україна як самостійна держава здійснює зовнішньоторговельні та інші економічні зв'язки із зарубіжними країнами через свої органи та уповноважені нею установи і організації. Режим здійснення валютних операцій на території України, загальні принципи валютного регулювання повноваження державних органів і функції банків та інших кредитно-фінансових установ України в регулюванні валютних операцій, права і обов'язки суб'єктів валютних відносин установлені Декретом Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю", а також іншими актами валютного законодавства.

Якщо експортер погодиться прийняти платіж у місцевій валюті іноземного покупця, то цей експортер отримає платіж в іноземній валюті і буде зобов'язаний щось з нею зробити. Головними суб'єктами валютного ринку виступають великі транснаціональні корпорації та банки (ТНК, ТНБ). Вони щоденно розпоряджаються певними сумами вимог та зобов'язань на кожну іноземну валюту. Якщо ці величини співпадають, тоді валютна позиція називається закритою, якщо виявиться за цими величинами нерівноважність відкритою, або неприкритою. Причому відкритість рахується "короткою", якщо сума продажу валюти (зобов'язань) перевищила суму купівлі (вимог), або "довгою" якщо вимоги на дану валюту перевищили зобов'язання.

Для більшості валют повідомляється тільки один курс – обмінний курс по касових операціях. Він застосовується для торговельних угод, які буде укладено впродовж не більше, як 48 годин. Крім того, багатьох іноземних валют подаються також обмінні курси по термінових операціях.

Основним засобом проведення міжнародних обмінних операцій на ЗВР є телеграфні перекази.

Переказ грошових коштів за допомогою телеграфа здійснюється на перший чи другий день після купівлі чи продажу.

На валютних ринках постійно функціонують брокери і ділери, що займаються посередницькою діяльністю і отримують від цього відповідну комісійну винагороду. Різниця між ними у тому, що брокер це посередник, котрий заключає угоду від імені та дорученню і за рахунок клієнта, він отримує винагороду за угодою сторін, або за визначеною таксою. Дилер фізична або юридична особа, котра здійснює валютні операції від свого імені і за свій рахунок, його прибуток складається із різниці між цінами купівлі та продажу. Нині на валютних ринках функціонують об'єднання брокерів і ділерів: брокерські фірми, ділерські контори, які поєднують посередницькі послуги з продажем інформації, консультаціями тощо.

На валютному ринку використовується дві групи операцій: касові та строкові. Касові операції здійснюються на умовах "спот" (spot). Суб'єктами валютних операцій є платники (у разі операцій з грошовими коштами у безготівковій або готівковій формі) або інші особи, що відчужують валютні цінності, та отримувачі (набувачі) таких цінностей або особи, що здійснюють переміщення валютних цінностей через кордон без їх відчуження.

Таким чином при продажу і купівлі національної валюти банки диференціюють рівні курсів: "курс продавця" встановлюється вищим від курсу "покупця". Повна котировка включає курс покупця і продавця, у відповідності з якими банк купить або продасть іноземну валюту на національну.

Запровадження валютного коридору (ширина якого визначається верхньою нижньою точками інтервенції) забезпечує вільне формування курсу валюти у заздалегідь обраних параметрах (ринкова рівновага) і представляє експортерам та імпортерам тверду основу для розрахунків, завдяки чому суттєво стимулюється міжнародна торгівля. У валютних операціях які відбуваються на валютному ринку беруть участь: продавці валюти, її покупці та посередники.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Підгайко Ю.А., студ. 3 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І. В.

Термін "інвестиції" походить від латинського слова "invest", що означає вкладення коштів. У більш широкій трактовці інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого збільшення. Інвестиції мають фінансове та економічне визначення

Найважливішою складовою економічного управління діяльністю компанії є інвестиційний менеджмент. Інвестиційний менеджмент це процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності компанії.

Головною метою інвестиційного менеджменту є забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії компанії на окремих етапах її розвитку.

У самостійну галузь знань інвестиційний менеджмент оформився у 50-ті роки XX століття у зв'язку з інтенсивним розвитком досліджень у сфері портфельного інвестування.

Інвестиційний менеджмент представляє собою систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних зі здійсненням різноманітних аспектів інвестиційної діяльності підприємства.

Інвестиційний менеджмент спрямований на вирішення наступних завдань:

-забезпечення високих темпів економічного розвитку компанії за рахунок ефективної інвестиційної діяльності;

-забезпечення максимізації доходів від інвестиційної діяльності;

-забезпечення мінімізації інвестиційних ризиків;

-забезпечення фінансової стійкості і платоспроможності компанії в процесі здійснення інвестиційної діяльності підприємства;

-пошук шляхів прискорення реалізації інвестиційних проектів;

Ефективне управління інвестиційною діяльністю підприємства забезпечується реалізацією низки принципів, основними з яких є:

-інтегрованість з загальною системою управління підприємством.

-комплексний характер формування управлінських рішень.

-високий динамізм управління.

-варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень.

-орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства.

З урахуванням змісту і принципів управління інвестиційною діяльністю формуються його цілі й задачі.

Розглядаючи головну ціль управління інвестиційною діяльністю, слід зазначити, що вона нерозривно пов'язана з головною метою господарської діяльності підприємства в цілому і реалізується з нею в єдиному комплексі. З розвитком інвестиційної теорії змінювались і підходи економістів до визначення головної мети інвестиційної діяльності. В генезисі цієї проблеми можна виділити три основні підходи:

1. Класична економічна теорія (А. Сміт, А. Курно) стверджувала, що головною метою інвестиційної та інших видів господарської діяльності підприємства є максимізація прибутку.

2. Теорія стійкого економічного зростання, розвинута багатьма наступними економістами, головною метою інвестиційної діяльності висуває забезпечення фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку.

3. Сучасна економічна теорія в якості головної цілі інвестиційної діяльності підприємства висуває забезпечення максимізація добробуту власників підприємства, яке одержує конкретний вираз у максимізації ринкової вартості підприємства.

З урахуванням викладеного вище, головною метою інвестиційного менеджменту є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства у поточному і перспективному періоді.

Як і кожна управлінська система інвестиційний менеджмент передбачає наявність певного об'єкта управління. Таким об'єктом управління виступають інвестиції підприємства та його інвестиційна діяльність.

Система інвестиційного менеджменту реалізує свою головну мету й основні задачі шляхом здійснення певних функцій. Ці функції поділяються на дві основні групи, які визначені комплексним змістом системи управління інвестиційною діяльністю:

1. Функції інвестиційного менеджменту як управлінської системи. Ці функції є складовими частинами будь-якого процесу управління поза залежністю від виду діяльності підприємства, його організаційно-правової форми, розміру, форми власності і т. ін.. В теорії управління ці функції характеризуються як загальні.

2. Функції інвестиційного менеджменту як спеціальної області управління підприємством.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Надворна К.О., студ. 3 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І. В.

В сільському господарстві , проблеми формування фінансових ресурсів тісно переплітаються із ефективністю їх використання. Слід підкреслити, що питанням оцінки ефективності використання фінансових ресурсів нині приділяється недостатньо уваги. Для оцінки досягнутого рівня ефективності використання фінансових ресурсів сільськогосподарського підприємства продовжують використовувати два критерії: ступінь виконання запланованих показників і темпи росту до досягнутого рівня в минулому періоді. Прийнято вважати, що чим вищий ступінь виконання завдання, чим вищий темп росту показників, тим краще працює підприємство, тим ефективніше використовується його фінансові ресурси та можливості. Але оскільки на результати діяльності сільськогосподарських підприємств суттєво впливають незалежні від підприємств чинники (природно-кліматичні умови, державне регулювання), а завдання і плани встановлюються із розрахунку очікуваних обсягів продаж при нормальних умовах функціонування, а через відсутність можливості підприємство може не повністю використовувати свої наявні потужності, то ступінь виконання плану і темпи росту показників не можуть слугувати критеріями оцінки ефективності використання фінансових ресурсів. Застосування прогресивної системи показників і критеріїв потрібно не лише для того, щоб виміряти ефективність використання фінансових ресурсів, але варто відмітити, що це створює умови для подальшого удосконалення фінансового механізму в сільськогосподарському підприємстві. Найвагомішим заходом,який всебічно впливає на формування системи цільових показників ефективності використання фінансових ресурсів є планування.

Для ефективного використання фінансових ресурсів слід займатися плануванням. В Україні, як і в інших країнах СНД, планування почали активно замінювати прогнозуванням, тобто встановлювати показники-орієнтири, необов'язкові для виконання. Поряд з процесом прогнозування застосовується індикативне планування, тобто система необов'язкових для підприємства в ринкових умовах рекомендацій, також скоординованих і взаємозв'язаних засобів непрямого впливу: норм і нормативів, податків і податкових пільг, бюджетних асигнувань і дотацій, кредитів і кредитних пільг, цін, квот, ліцензій, цінних паперів. Світовий досвід розвинених країн підтверджує тезу про те, що планування можна замінити прогнозуванням лише в умовах країни, в якій успішно функціонує економіка і економічний стан стабільний. Якщо економіка в кризі, з якої необхідно вийти, то одним з головних шляхів є застосування планування. Це підтверджує досвід Латинської Америки, Південної Кореї, Таїланду, Тайваню. Зарубіжні економісти вважають, що розробка як короткострокових, так і довгострокових планів є одним із умов ефективної діяльності підприємств.

Розробка фінансового плану пов'язана з визначенням витрат на продукцію, що реалізовується, виручки від реалізації, грошових накопичень амортизації, обсягу і джерел фінансування, намічених на плановий період інвестицій, потреби в оборотних коштах і джерелах її покриття, розподілі і використанні прибутків, взаємин з бюджетом банків.

Фінансове планування сільськогосподарських підприємств повинно мати наступну цільову спрямованість: забезпечення фінансовими ресурсами і грошовими коштами діяльності компанії, збільшення прибутків по основній діяльності і іншим видам діяльності, організація фінансових взаємин з бюджетом, позабюджетними фондами, банками, кредиторами і дебіторами.

Головною ознакою підвищення рівня ефективного використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства є зростання обсягу виробництва продукції. Кількість же виробленої продукції при наявному розмірі виробничого апарату залежить, з одного боку, від фонду часу продуктивної роботи машин і устаткування протягом доби, місяця або року, тобто їх екстенсивного завантаження, а з другого, — від ступеня використання знарядь праці за одиницю часу (інтенсивного навантаження). Отже, всю сукупність технічних, організаційних та економічних заходів щодо кращого використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства за їх змістом та призначенням умовно можна поділити на дві групи: перша — збільшення екстенсивного завантаження; друга — підвищення інтенсивного навантаження. Виділені групи складають головні напрямки більш ефективного використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства.

Великим резервом збільшення продуктивної роботи виробничого устаткування є максимально можливе скорочення його простоїв. На підприємствах з дискретним виробництвом кількість не працюючого впродовж доби устаткування нерідко досягає 15-20% загального його парку, а внутрізмінні простої складають 10-15% робочого часу. Це спричинюється: неузгодженістю пропускної спроможності окремих цехів і дільниць; незадовільною організацією технічно-профілактичного обслуговування та ремонту устаткування; відсутністю робітників тих чи інших професій; перебоями у забезпеченні виробами, оснащенням, пристроями, підйомно-транспортними засобами тощо.

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Моршна А.О., студ. 3 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Категорія «фінансовий менеджмент» включає два поняття: менеджмент і фінанси. Менеджмент – система економічного управління підприємством, яка включає сукупність принципів, методів, форм та прийомів управління.

Фінанси – економічні відносини щодо формування, розподілу та використання фінансових ресурсів господарюючих суб'єктів. Отже, фінансовий менеджмент узагальнено можна визначити як процес управління формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів господарюючих суб'єктів.

В сучасній фінансово-економічній літературі фінансовий менеджмент прийнято розглядати з 3 позицій: як науку; як форму підприємницької діяльності та як систему управління підприємством.

Передумовами виникнення фінансового менеджменту як науки стали:

- високий розвиток економічної науки в цілому;
- високий розвиток рівня організації виробництва у вигляді індустріального суспільства, в основу якого було покладено велике промислове виробництво і колективна форма власності;
- формування ефективної системи правових інститутів і ринкової інфраструктури;
- розвиток системи національних і міжнародних фондових і фінансових посередників.

Як наука фінансовий менеджмент має предмет та метод свого вивчення. Предмет – це те, що вивчається в рамках науки – фінансові відносини, фінансові ресурси та їх потоки.

Метод фінансового менеджменту представлений такими складовими: категоріями; базовими концепціями та науковим апаратом фінансового менеджменту.

Базові концепції фінансового менеджменту визначають логіку організації фінансового менеджменту та використання його прикладних прийомів та методів на практиці.

До основних концепцій фінансового менеджменту належать: концепція грошового потоку, концепція вартості грошей у часі, концепція компромісу між ризиком і доходом, концепція вартості капіталу, концепція ефективності ринку, концепція асиметричності інформації, концепція альтернативних витрат, концепція агентських угод, концепція часової необмеженості функціонування підприємств.

Науковий апарат фінансового менеджменту являє собою конкретні методи та прийоми дослідження даної науки. Найчастіше методи дослідження поділяють на дві групи: неформалізовані та формалізовані.

Неформалізовані методи базуються на описі аналітичних процедур на логічному рівні, а не з допомогою суворих аналітичних залежностей.

Формалізовані методи базуються на суворих аналітичних залежностях.

Фінансовий менеджмент як форма підприємницької діяльності являє собою вид самостійної діяльності, яку виконують як професійні фінансові менеджери, так і фінансові інститути (страхові компанії, трастові компанії, інвестиційні фонди і компанії та ін.). Сферою застосування фінансового менеджменту як форми підприємництва є фінансовий ринок. Функціонування фінансового ринку складає основу для підприємництва у сфері управління рухом фінансових ресурсів і фінансових відносин.

Фінансовий ринок – ринок, на якому об'єктом купівлі-продажу виступають різні фінансові інструменти та фінансові послуги. Він складається із системи ринків: кредитного ринку, ринку цінних паперів, валютного ринку, страхового ринку та ринку золота.

Фінансовий менеджмент як система управління складається з двох підсистем: об'єкта та суб'єкта управління. Об'єктом фінансового управління виступають активи, капітал та фінансові потоки підприємства, що пов'язані з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів. Суб'єктом управління є група осіб (фінансова дирекція як апарат управління, фінансовий менеджер як керівник), яка виробляє та реалізує цілі фінансового менеджменту.

Принципами фінансового менеджменту як системи управління є:

- інтегрованість із загальною системою управління підприємством;
- комплексний характер формування управлінських рішень;
- високий динамізм управління;
- багатоваріантність підходів до розробки окремих управлінських рішень;
- орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства.

Враховуючи вищезазначене можна дати таке визначення фінансового менеджменту. Фінансовий менеджмент - система принципів та методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів підприємства та організацією обороту його грошових коштів.

ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ З УРАХУВАННЯМ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Військова Я.О., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Конкуренція є важливим атрибутом ринкової економіки і являє собою основу механізму товарного виробництва і ринкового господарства в цілому. Крім того, вона створює могутню альтернативу монополізації в економіці. Досвід західних країн свідчить про те, що конкуренція є важливим фактором стимулювання господарської активності, збільшення розмаїття та підвищення якості продукції, зниження витрат і стабілізації економічного росту, що визначає її актуальність з позиції формування фінансової стратегії вітчизняних переробних підприємств.

Конкуренція передбачає економічний процес взаємодії, взаємозв'язку та боротьби між працюючими на ринку організаціями з метою забезпечення кращих можливостей для збуту продукції, реалізації послуг, задоволення потреб покупців і одержання максимального прибутку. Конкуруючими називають організації, фундаментальний сегмент ринку яких повністю або частково збігається. Конкуренція належить до неконтрольованих факторів, що впливають на діяльність суб'єктів господарювання.

Природа конкуренції базується на певних особливостях її впливу на економіку. Так, конкуренція змушує підприємців постійно шукати і знаходити нові види продукції і послуг, сприяє виробництву продукції високої якості за розумними цінами, спонукає оперативно реагувати на зміни потреб покупців, є могутньою альтернативою монополізму, сприяє розвитку техніки, науки, технології, інформаційних систем. Водночас конкуренція зумовлює формування умов, які створюють нестабільність у бізнесі, породжують інфляцію, безробіття, банкрутство та інші негативні явища.

Підвищення конкурентоспроможності підприємств значною мірою забезпечується вирішенням низки проблем, серед яких найбільш актуальними є нестабільність економічної ситуації в країні, яка характеризується недосконалістю існуючого законодавства, низькою купівельною спроможністю населення, жорсткою податковою політикою, ростом безробіття тощо. Гострою проблемою в сфері управління конкурентоспроможністю є дефіцит якісної управлінської інформації, що спричиняє брак знань про поточний і прогнозний стан ринку. Це зумовлює наявність високих затрат для орієнтації на ринку, пошуку платоспроможних покупців і постачальників товарів, неготовність підприємства до зміни попиту. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є з'єднуючою ланкою між стадією економічного аналізу та прийняттям управлінських рішень, в тому числі й формування і реалізації фінансової стратегії.

Нині вчені трактують конкурентоспроможність підприємства як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг щодо питань формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, що мають місце на момент чи впродовж періоду оцінювання. У цілому проведення комплексного оцінювання конкурентоспроможності підприємств різних сфер економічної діяльності доцільно здійснювати на базі системи різних показників.Наприклад, для підприємств переробної галузі така система має містити три основні групові показники:

1) ефективності використання ресурсів;
2) ефективності господарської діяльності;
3) фінансового стану.

Висока конкурентоспроможність підприємств, обумовлюється наявністю трьох ознак: задоволеністю споживачів та їхнім бажанням зробити повторну покупку; відсутністю претензій до фірми з боку суспільства, акціонерів та партнерів; відчуттям гордості працівників фірми за діяльність у ній та бажанням сторонніх отримати роботу саме у цій компанії.

Конкурентоспроможність підприємства не являє собою тільки внутрішню його якість (тобто залежить не тільки від самого підприємства), тому що підприємство функціонує в системі макро- та мікросередовища, що сформувалося в межах тієї чи іншої галузі, країни. Тому пошук джерел конкурентоспроможності також потрібно здійснювати поза підприємством

З утвердженням у галузі виробництва переробної продукції виникла проблема конкурентної боротьби, загострилася потреба ефективного комплексного реформування і розвитку продукції та послуг підприємств-виробників. На сучасному етапі розвитку виробництва продукції значення набуває формування стратегії підприємств, яка забезпечила би стійку конкурентну позицію підприємства на ринку, дозволила би оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та мінімізувати ризики, пов'язані з цими змінами.

Конкурентоспроможність є поняттям відносним, тому конкурентоспроможність підприємства можна виявити тільки серед групи підприємств, які належать до однієї галузі або випускають товари-субститути. Визначення групи підприємств-конкурентів є важливим етапом роботи, оскільки підприємство може бути конкурентоспроможним у межах певного сегмента ринку, а в межах іншого – ні.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Завадська В.В., студ. 3 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Фінансова безпека банку – це важлива складова фінансової, а тому і національної безпеки, це такий стан банківської установи, який характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, її здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку.

Сутність фінансової безпеки банківської діяльності полягає в забезпеченні організаційно-управлінських, режимних, технічних і профілактичних заходів, які гарантують якісний захист прав та інтересів банку, зростання статутного капіталу, підвищення ліквідності активів, забезпечення поворотності кредитів, збереження фінансових і матеріальних цінностей.

Фінансова безпека банківської системи розглядається у двох аспектах:

- щодо фінансових наслідків діяльності банків для країни в цілому та окремих клієнтів і контрагентів;
- щодо недопущення та запобігання явним і потенційним загрозам фінансовому стану всієї банківської системи країни, Національного банку України й окремих банківських установ

Фінансова безпека окремого банку тісно пов'язана з безпекою банківської системи в цілому. Вони впливають одна на одну. З одного боку, проблеми, що виникли в одному банку, здатні викликати "ефект доміно" і призвести до системної банківської кризи. Будь-яка недовіра з боку населення до окремого банку, особливо великого, може зумовити масовий відтік депозитів з банківської системи. З іншого боку, структурні проблеми банківського сектора підривають довіру до будь-якого окремого банку.

Головною метою фінансової безпеки банку є усунення можливостей нанесення шкоди банку або упущення ним вигоди, забезпечення його стійкого та максимально ефективного функціонування в даний момент часу та накопичення достатнього потенціалу для розвитку і зростання в майбутньому, якісна реалізація операцій і угод.

Система фінансової безпеки банку – це сукупність фінансових важелів і методів діагностики, а також нейтралізації кризових явищ для забезпечення стабільної і ефективної діяльності банківської установи. Вона повинна вирішувати такі завдання:

1) здійснення моніторингу фінансового стану банку для раннього виявлення ознак його кризового стану;
2) визначення масштабів кризового стану;
3) дослідження основних факторів, що обумовлюють кризовий стан банку;
4) розробка і реалізація заходів щодо запобігання криз;
5) контроль за виконанням заходів щодо забезпечення фінансової безпеки банку й оцінка отриманих результатів;
6) забезпечення стабільної та ефективної діяльності банку як в короткостроковому, так і довгостроковому періодах.

Для своєчасного виявлення існуючих і потенційних недоліків у сфері забезпечення комплексної фінансової безпеки банківського сектора економіки України необхідно визначити її відповідні індикатори та провадити постійний моніторинг з метою вжиття необхідних заходів.

Важливим узагальнюючим показником фінансової безпеки банківської системи і головним індикатором значущості останньої для економіки країни є відношення її активів до ВВП.

Фінансову безпеку характеризують і такі показники, як розмір чистих внутрішніх активів НБУ (розмір грошової маси і розмір емісій) та розмір чистих зовнішніх резервів НБУ (різниця між зовнішніми кредитами і розміщенням валютних активів НБУ за межами України).

Серед індикаторів фінансової безпеки банківської системи виділяють:

- частку іноземного капіталу у її сукупному капіталі;
- обсяг фонду страхування ризиків;
- обсяг отриманого комерційними банками прибутку;
- максимально "безпечна" сума кредитування дебентурою (незабезпеченим борговим зобов'язанням);
- питома вага кредитної заборгованості населення у загальному обсязі кредитної заборгованості;
- прибутковості статутних фондів комерційних банків і їх чистих активів
- питома вага залучених коштів громадян у загальному обсязі залучених коштів тощо.

Отже, забезпеченню фінансової безпеки як банківської системи України в цілому, так і окремих її складових необхідно приділяти постійну увагу, бо фінансова безпека банків є частиною фінансової безпеки країни. По суті саме стан банківського сектора визначає рівень соціально-економічного розвитку держави та фінансово-кредитної безпеки, а тому певною мірою і рівень фінансової безпеки держави.

ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Гринович А.І., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Закоморна Н.І.

В умовах розвитку кризових явищ в економіці, що характеризуються значним коливанням факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ функціонування підприємств, зростання рівня загроз їх фінансовим інтересам з боку окремих суб'єктів господарювання, підвищенням рівня фінансових ризиків, однією з актуальних проблем сьогодення є забезпечення фінансової безпеки підприємства. Тому своєчасна та повна оцінка рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання набуває дуже важливого значення, актуальності та дозволяє своєчасно виявити недоліки у фінансовому стані та виправити їх без загрози втрати фінансової стійкості та платоспроможності.

Метою дослідження є вивчення існуючих методик оцінки рівня фінансової безпеки, виявлення їх недоліків та надання рекомендацій щодо їх вирішення.

Однією із важливих умов забезпечення стійкого розвитку підприємства, формування високих результатів фінансової діяльності є наявність ефективної системи його фінансової безпеки. Для вирішення конкретних завдань оцінки фінансової безпеки підприємства (ФБП) застосовуються спеціальні системи та методи аналізу, які дозволяють отримати кількісну оцінку рівня захищеності окремих фінансових інтересів від загроз як в статистиці, так і в динаміці.

Значна кількість наукових праць опосередковано стосується проблем оцінки науково-методичного забезпечення вимірювання фінансової безпеки підприємства. Проте, більшість науковців вважають, що оцінка фінансової безпеки підприємства не повинна зводитись до простого аналізу фінансового стану підприємств. На їх думку, визначення стану фінансової безпеки підприємства потребує застосування індикаторного методу оцінки її рівня - використання критичних порогових значень фінансових показників.

Під пороговими значеннями фінансових показникі розуміються їх гранично допустимі величини, перевищення яких призводить до формування негативних тенденцій у фінансовій системі підприємства, викликає виникнення та розвиток загроз його фінансовій безпеці, спричиняє диспропорції в господарчій діяльності підприємства та призводить до порушення його розвитку в цілому.

Науковці виділяють різні групи показників, які, на їх думку, найбільш повно відображають стан та рівень фінансової безпеки підприємств. Більшість - схильні проводити ії оцінку за показниками фінансової стійкості, рентабельності, коефіцієнтом фінансового левериджу та ін. Але, на нашу думку, запропонована структура показників не є у повній мірі універсальною, бо показники фінансового левериджа, тимчасової структури кредитів, диверсифікації покупців та постачальників значно різняться для підприємств різних галузей господарства.

Для усунення цих недоліків необхідно встановлювати порогові значення з урахуванням особливостей статури капіталу, заборгованості та фінансово-господарської діяльності підприємств окремих галузей. Таким чином для найбільш повного дослідження рівня фінансової безпеки господарських суб'єктів розрахунки індикаторів пропонуємо доповнити дослідженням грошових потоків підприємств, а саме показників чистого грошового потоку в розрізі видів фінансово-господарської діяльності (операційної, фінансової та інвестиційної) на основі матриці динамічної фінансової рівноваги, у якій кожна позиція обумовлена різним співвідношенням значень чистого грошового потоку в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

Про стійкий фінансовий стан підприємства свідчать такі значення матриці, як «Самофінансування» та «Розвиток». Для позиції «Самофінансування» характерною є здатність фінансувати інвестиційну діяльність, повертати залучені кошти, виплачувати відсотки виключно за рахунок операційної діяльності. Позиція «Розвиток» свідчить про стійке становище підприємства за умови додатного значення алгебраїчної суми значень чистого грошового потоку всіх видів діяльності. У цьому випадку підприємство має грошові надходження від операційної діяльності та залучені кошти спрямовує на фінансування інвестиційної діяльності – придбання необоротних активів, реалізацію довгострокових та поточних інвестицій. Здійснюючи фінансування інвестиційної діяльності, підприємство оновлює свої основні засоби, сприяє розширенню виробництва, модернізації тощо. Додатне значення чистого грошового потоку від фінансової діяльності може бути не лише свідченням отриманих кредитів, але й результатом емісії акцій тощо.

На нашу думку поєднання запропонованих методик на основі аналізу бухгалтерської звітності дає змогу найбільш глибоко оцінити наявний рівень фінансової безпеки. Адже при цьому дослідження відбуватиметься на основі аналізу даних Балансу, Звіту про фінансові результати та Звіту про рух грошових коштів.

Отже, запропоновані методи визначення рівня фінансової безпеки дозволяють зробити комплексні висновки про рівень захищеності фінансових інтересів підприємства як в даний час, так і у майбутньому, та виявити резерви його підвищення.

РОЗРОБКА АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Рудакова С.В., студ.5 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Дипломний керівник: к.е.н., доцент Хромушина Л.А.

Таке поняття, як „фінансова криза", останній рік звучить майже звідусіль. Адже, кожен знає, що для ефективної роботи будь-якого підприємства необхідні фінансові ресурси. З погляду на це, кожне підприємство турбується про їх наявність і робить різні кроки до їх залучення. Від результативної роботи підприємства залежить добробут нашої держави і населення. Програма підприємства є важливою складовою фінансової стратегії, яка дозволить підвищити рівень обґрунтованості прийнятих управлінських рішень фінансового характеру і вижити в сучасних умовах господарювання.

Даній темі велика увага приділяється у працях таких вчених як: Г. Веретенникова, А.П. Градова, Н.Ф. Самсонова, А.М. Ковальова, М.Г. Лапуста, Л.Г. Скамай та інші.

Сучасний стан розвитку економіки, науки та техніки вимагає від підприємств прискорення процесу розвитку, процесу керування. Таке прискорення збільшує потенційну можливість виникнення на підприємстві кризового становища.

Тому дуже важливо постійно розробляти, поновлювати та впроваджувати на підприємстві антикризові програми. Але їх розробка та реалізація потребують часу, обробки значних обсягів інформації, використання математичного моделювання, прогнозування та ін.

Антикризова програма - це спеціальним чином підготовлений внутрішній документ, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, що планується здійснити в межах підприємства, його структурних підрозділів та функціональних служб для досягнення поставленої мети - виведення підприємства з кризового стану.

Антикризова програма має бути укрупненою та розроблятися в цілому по підприємству. За потреби можуть розроблюватися антикризові підпрограми по окремих підрозділах та функціональних службах підприємства. Дана програма розроблюється на підставі проведеної діагностики фінансового стану та загрози банкрутства підприємства, наслідків виникнення ситуації банкрутства, оцінки можливостей підприємства щодо локалізації кризи.

Формування антикризової програми - це складний багатоетапний процес, який потребує інтеграції формальних та неформальних оцінок якості (корисності) і результативності окремих антикризових альтернатив, виходячи із заданих цільових параметрів антикризового процесу.

Антикризове управління, що періодично є наявним станом підприємств та організацій, тільки з недавнього часу було виділено як окрема наука. На даному етапі її розвиток стрімко зростає. Актуальним напрямом розвитку на сьогоднішній день є дослідження питань управління підприємством як під час кризи, так і в періоди, до та після неї, оскільки ця проблема недостатньо розкрита в роботах світових і вітчизняних вчених і вимагає поглибленого вивчення. При розробці і удосконаленні системи антикризового управління необхідно враховувати властивості кризи, і тоді підприємство зможе гідно з якнайменшими втратами не тільки вийти з кризи, але частіше запобігати їй. На мій погляд, розробка антикризової програми, є одним з ефективних елементів формування фінансової стратегії підприємства.

Мета антикризового управління – забезпечення стабільного функціонування та розвитку підприємства в сучасних умовах.

Отже, система антикризового управління підприємством – це сукупність заходів щодо запобігання і виведення об'єкту з кризової ситуації і зв'язок між ними.

Одним з різновидів фінансової стратегії є фінансове планування підприємства.

Перспективне фінансове планування визначає найважливіші показники, пропозиції та темпи розширеного відтворення, є основною формою реалізації головних цілей підприємства. Фінансова стратегія підприємства включає розробку антикризової програми та прогнозування його фінансової діяльності.

Розробка фінансової стратегії – це галузь фінансового планування. Як складова частина загальної стратегії економічного розвитку, вона має узгоджуватися з цілями та напрямками останньої. У свою чергу, фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію підприємства. Зміна ситуації на макрорівні та на фінансовому ринку спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку підприємства.

Фінансова стратегія представляє собою визначення довгострокової мети фінансової діяльності підприємства, вибір найбільш ефективних способів і шляхів їх досягнення.

Отже,можна зробити висновок, що антикризове управління має дуже важливе значення для підприємств усіх рівнів та форм власності. Але , нажаль, в Україні йому приділяють недостатню увагу, особливо це стосується попереджувального кризу управління. Адже, чим раніше підприємство проаналізує потенційну кризу тим з більшою ймовірністю воно зможе подолати її з найменшими втратами та за коротший період часу.

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Мінасян В.А., студ.4 курсу, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Косодій Р.П.

Фінансова стратегія узгоджується із загальною стратегією підприємства та є чинником забезпечення його ефективного функціонування і фінансового розвитку в майбутньому. Процес розробки стратегії фінансового менеджменту включає декілька етапів:

1. Визначення загального періоду формування стратегії фінансового менеджменту. У процесі розробки стратегії фінансового менеджменту визначається тривалість періоду, який встановлюється для формування загальної стратегії економічного розвитку підприємства. При цьому стратегія фінансового управління як складова загальної стратегії може бути реалізована лише в часових межах цього періоду.

2. Формування стратегічних цілей та завдань фінансового менеджменту. Основною метою фінансового менеджменту, є максимізація ринкової вартості підприємства. Разом з тим, головна мета конкретизується у контексті завдань фінансового розвитку підприємства.

Для формування стратегічних цілей підприємству необхідно:

— можливості досягнення мети узгодити із загрозою потенційного банкрутства;

— визначити умови реалізації мети.

3. Конкретизація розробленої стратегії за періодами її реалізації. Розроблена стратегія фінансового менеджменту знаходить конкретне відображення у фінансових показниках — цільових стратегічних нормативах, зокрема таких:

— щорічний темп приросту власного капіталу підприємства;

— мінімальна частка власного капіталу в загальному обсязі використаного капіталу підприємства;

— рентабельність власного капіталу підприємства;

— мінімальний рівень ліквідності активів підприємства;

— прийнятний рівень фінансових ризиків тощо.

Під час конкретизації фінансової стратегії за періодами її реалізації забезпечується узгодженість стратегічних нормативів у часі.

4. Розроблення фінансової політики за напрямами фінансової діяльності. Фінансову стратегію розробляють з урахуванням перспектив фінансового розвитку підприємства і, відповідно до основних аспектів його фінансової діяльності, формують фінансову політику.

Разом з тим, розробка і проведення фінансової політики підприємства, базуючись на фінансовій стратегії, дають змогу вирішувати конкретні завдання за відповідними напрямами його фінансової діяльності. Тобто фінансова стратегія орієнтує на ті варіанти рішень, які забезпечують досягнення поставленої мети фінансового менеджменту.

б. Оцінка ефективності розробленої стратегії за параметрами. Цей завершальний етап формування стратегії фінансового менеджменту здійснюється за такими параметрами:

— узгодженість фінансової стратегії підприємства із загальною стратегією його розвитку;

— узгодженість фінансової стратегії зі змінами зовнішнього фінансового середовища;

— внутрішня збалансованість стратегії фінансового менеджменту, відповідно до якої узгоджуються між собою цілі та цільові стратегічні нормативи;

— ресурсне забезпечення фінансової стратегії, яке характеризує наявні фінансові ресурси щодо досягнення стратегічної мети та вирішення основних завдань його фінансового розвитку;

— оптимізація рівня ризиків щодо реалізації розробленої фінансової стратегії;

— ефективність реалізації стратегії фінансового менеджменту, визначення якої базується на прогнозних та фактичних розрахунках результатів фінансово-господарської діяльності підприємства.

З метою досягнення стратегічних цілей підприємству необхідно розробити ефективну тактику фінансового менеджменту.

Фінансова тактика підприємства — конкретні фінансові прийоми і методи, які застосовує підприємство для вирішення стратегічних завдань.

Тактичні цілі і завдання фінансового менеджменту:

— забезпечення відшкодування поточних витрат за рахунок отриманих доходів підприємства;

— регулювання розміру поточних грошових виплат підприємства;

— ефективне використання наявних фінансових ресурсів підприємства;

— оптимізація руху грошових потоків підприємства;

— забезпечення ліквідності балансу підприємства;

— підвищення ділової активності підприємства;

— зміцнення фінансової стійкості підприємства;

— підвищення платоспроможності підприємства тощо.

Таким чином, тактика фінансового менеджменту є формою деталізації фінансової стратегії і формується відповідно до стратегічних цілей підприємства.

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Глоба М.В., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит »
Науковий керівник: асистент Божок О. М

За умов ринкової економіки, самостійності підприємств, їхньої відповідальності за результати діяльності виникає об'єктивна необхідність визначення тенденцій розвитку фінансового стану та перспективних фінансових можливостей. На вирішення таких питань і спрямовано фінансову стратегію підприємства.

Розробка фінансової стратегії — це галузь фінансового планування. Як складова частина загальної стратегії економічного розвитку, вона має узгоджуватися з цілями та напрямками останньої. У свою чергу, фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію підприємства. Зміна ситуації на макрорівні та на фінансовому ринку спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку підприємства.

Теорія фінансової стратегії, досліджуючи об'єктивні економічні закономірності ринкових відносин, розробляє форми та способи виживання й розвитку за нових умов. Фінансова стратегія включає методи та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання. Фінансова стратегія охоплює всі форми фінансової діяльності підприємства: оптимізацію основних та оборотних засобів, формування та розподіл прибутку, грошові розрахунки, інвестиційну політику.Оцінка цих показників є необхідною для ефективного управління підприємством. З їх допомогою керівники здійснюють планування, контроль, покращують і вдосконалюють напрямок своєї діяльності.

Всебічно враховуючи фінансові можливості підприємств, об'єктивно оцінюючи характер внутрішніх та зовнішніх факторів, фінансова стратегія забезпечує відповідність фінансово-економічних можливостей підприємства умовам, які склалися на ринку товарів. Фінансова стратегія передбачає визначення довгострокових цілей фінансової діяльності та вибір найефективніших способів їх досягнення. Цілі фінансової стратегії мають підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватися на максимізацію прибутку та ринкової вартості підприємства. За розробки фінансової стратегії слід ураховувати динаміку макроекономічних процесів, тенденції розвитку вітчизняних фінансових ринків, можливості диверсифікації діяльності підприємства.

Фінансова стратегія підприємства згідно зі стратегічною ціллю забезпечує:

- формування та ефективне використання фінансових ресурсів;
- виявлення найефективніших напрямків інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках;
- відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;
- визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямків фінансових дій та маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами.

Завданнями фінансової стратегії є:

- визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей;
- визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками та іншими фінансовими інститутами;
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу;
- вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

На підставі фінансової стратегії визначається фінансова політика підприємства за основними напрямками фінансової діяльності: податкова, цінова, амортизаційна, дивідендна, інвестиційна.

У процесі розробки фінансової стратегії особлива увага приділяється виробництву конкурентоспроможної продукції, повноті виявлення грошових доходів, мобілізації внутрішніх ресурсів, максимальному зниженню собівартості продукції, формуванню та розподілу прибутку, визначенню оптимальної потреби в оборотних коштах, раціональному використанню залучених коштів, ефективному використанню капіталу підприємства.

Важливе значення для формування фінансової стратегії має врахування факторів ризику. Фінансова стратегія розробляється з урахуванням ризику неплатежів, інфляційних коливань, фінансової кризи та інших непередбачуваних обставин.

Отже, успіх фінансової стратегії підприємства гарантується, коли фінансові стратегічні цілі відповідають реальним економічним та фінансовим можливостям підприємства, коли чітко централізовано фінансове керівництво, а методи його є гнучкими та адекватними змінам фінансово-економічної ситуації.

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Лавріненко Т.С., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: асистент Мошенець І.В.

На даному етапі економічного розвитку нашої країни лише невелика кількість функціонуючих підприємств приділяє достатню увагу такому процесу, як планування. Після переходу України до ринкової економіки спостерігалася ейфорія з приводу ринку, що він сам здатний вирішувати усі економічні проблеми, і не потрібно ніякого планування. Така ситуація призвела до невизначеності і негативних явищ у державі.

На даний час, коли попередня система галузевого планування втратила своє значення і повністю зруйнована, на більшості підприємств не приділяється належна увага фінансовому плануванню, а планові розрахунки мають короткочасний характер. Увага до складання фінансових планів на підприємствах була послаблена через високі темпи інфляції, а постійно змінювані умови господарювання, нестабільність податкової системи, взаємні неплатежі підприємств роблять розрахунки фінансових показників малодостовірними. Разом з тим відмова від фінансового планування рівнозначна відмові від розроблення способів фінансового забезпечення поставлених завдань в області підприємництва.

Ведення підприємницької діяльності немислиме без чіткого економічного розрахунку і бачення перспективи, що значно полегшує підприємницьку діяльність, знижує рівень її ризикованості.

Без фінансового планування не можна досягти того рівня управління виробничо-господарською діяльністю підприємства, який забезпечує йому успіх на ринку, постійне вдосконалення матеріальної бази, соціальний розвиток колективу. Ніякий інший вид планування не може мати для підприємства такого узагальнюючого, глобального значення, бо саме фінанси охоплюють усі без винятку сторони і ділянки функціонування підприємства.

Фінансове планування відображає одну з найважливіших сторін організації виробництва - управління фінансово – господарською діяльністю підприємства. Його необхідність викликана тим, що потрібно передбачити конкретні грошові кошти, без наявності яких неможливе неперервне функціонування підприємства, оскільки їх необхідно витрачати для придбання сировини, матеріалів, інших цінностей, сплати податків, відрахувань до спеціальних фондів, виконання фінансових зобов'язань перед постачальниками, членами трудового колективу.

Фінансове планування здатне активно впливати на усі сторони роботи підприємства через вибір об'єктів фінансування, направлення грошових коштів і вибірково в залежності від віддачі тих чи інших заходів економічного і соціального розвитку сприяти раціональному використанню трудових, матеріальних і грошових ресурсів.

Призначення фінансового планування – визначення сукупної потреби підприємства у фінансових ресурсах у розмірах, що забезпечують фінансування розширення виробництва, виконання фінансово-кредитних зобов'язань перед бюджетом і т.п., вирішення соціальних проблем і матеріального стимулювання робітників підприємства. Крім цього, фінансове планування сприяє запобіганню наднормативних і надпланових витрат товарно-матеріальних цінностей і фінансових ресурсів як по окремих видах проведених заходів, так і по підприємству в цілому.

Фінансове планування здійснюється на двох рівнях. На мікрорівні — це індивідуальні плани окремих суб'єктів підприємницької діяльності. Ці плани відображають фінансову стратегію і тактику підприємств. Їхні головні завдання — визначення джерел та обсягів формування доходів, оптимізація витрат і досягнення фінансової збалансованості. На макрорівні — це основний фінансовий план, що характеризує діяльність держави — бюджет, а також зведений фінансовий план, у якому відображаються доходи і видатки усіх суб'єктів фінансових відносин. Саме ці плани є відображенням фінансової політики держави.

Процес планування в максимальній мірі має передбачити всебічне вивчення дійсності, тенденцій та закономірностей розвитку об'єкту планування та середовища його діяльності. Найбільш загальною науковою основою планування є система об'єктивних економічних законів і, в першу чергу, закону попиту та пропонування. В планах підприємства повинні бути реалізовані вимоги цих законів та враховані об'єктивні результати макро- та мікроекономічного аналізу стану та тенденції розвитку умов господарювання.

У ринкових відносинах від фінансових можливостей підприємства багато в чому залежить не тільки неперервність виробництва, але й кінцеві результати його діяльності, уникнення банкрутства. Тому головним призначенням фінансового планування стає передбачення надходження доходів підприємства, визначення видатків, результативності кожної господарської і фінансової ситуації, обґрунтування найвірогіднішого напрямку використання фінансових ресурсів підприємства. Разом з тим росте розуміння важливості для кожного підприємства наявності довгострокових цілей, планування цілеспрямованого розвитку у довгостроковій перспективі.

КОШТОРИСНЕ ФІНАНСУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Тимошенко Т.І., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Хромушина Л.А.

Найпоширенішою формою бюджетного фінансування є кошторисне фінансування. Виділення грошових коштів з бюджетів різних рівнів установам і організаціям соціально-культурної сфери, оборони, органам державного управління тощо, відбувається на основі планового документа – кошторису доходів і видатків. Кошторис – це основний плановий документ, що підтверджує повноваження щодо отримання доходів та здійснення видатків, визначає обсяг і спрямування коштів для виконання ними своїх функцій та досягнення цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень. Тобто, формування кошторисного фінансування бюджетних установ завжди є актуальною темою.

За допомогою кошторисного фінансування забезпечується фінансування грошовими коштами установ і організацій невиробничої сфери. Ті установи, які фінансуються за кошторисною формою, називаються бюджетними установами.

Державне фінансування інвестицій відбувається у відповідності з бюджетною класифікацією видатків, фінансування будівництва включає в себе державні інвестиції на основні об’єкти економічного і соціального розвитку.

Фінансування капіталовкладень з бюджету в умовах ринку, на відміну від планової системи, мають свої особливості :

- вони не носять постійного характеру,
- держава втручається в процес фінансово-кредитного забезпечення капіталовкладень державних підприємств багаторазовими або одноразовими діями,

Позички з бюджету державним підприємствам передбачає фінансову підтримку державних підприємств, у майні яких частка державної власності більше 50% здійснюється з бюджетних асигнувань на поворотній основі. Ці позики надає Міністерство Фінансів України.

Державні дотації застосовуються при фінансуванні планово-збиткових підприємств чи установ, які виробляють необхідну народногосподарську продукцію, і витрати на виробництво якої вище цін реалізації (вугільна галузь).

Виділять такі основні методи бюджетного фінансування :

- метод єдиного казначейського рахунку. Він використовується для фінансування установ, організацій, підприємств з ДБУ. Це система бюджетних рахунків органів державного казначейства, які відкриті в банку і з яких органами державного казначейства здійснюються платежі;
- метод перерахування бюджетних коштів з поточних рахунків місцевих бюджетів на рахунки головних розпорядників бюджетних коштів.

Основною формою планування витрат підрозділів як центрів відповідальності є складання їх кошторисів. Кошторис охоплює всі витрати підрозділу на виробництво продукції (надання послуг) за плановий період незалежно від ступеня її готовності. У підрозділах з коротким виробничим циклом виготовлення продукції кошторис і виробнича собівартість кінцевої продукції за певний період, як правило, збігаються. Якщо виробничий цикл тривалий і змінюються залишки незавершеного виробництва на початок і кінець планового періоду, такої відповідності немає.

Основний документ, що визначає загальний обсяг цільового надходження і поквартальний розподіл коштів Бюджету України являється єдиний кошторис доходів і видатків бюджетних установ.

Формування єдиного кошторису доходів і видатків здійснюється на підставі лімітної довідки асигнувань з бюджету, яку вищестояща організація надсилає всім підпорядкованим установам у 2-х тижневий термін після затвердження бюджету. Лімітна довідка повинна враховувати потреби кожної установи, виходячи з її виробничих показників. Єдиний кошторис доходів і видатків складається всіма установами і затверджується керівниками вищестоящої організації.

Одночасно з кошторисами подається на затвердження штатний розпис. Єдиний кошторис доходів і видатків складається з трьох розділів:

1) бюджетних асигнувань,
2) інших коштів,
3) видатків за рахунок спеціальних та інших позабюджетних коштів.

Кожен з цих розділів ділиться на дохідну і видаткову частини. У дохідну частину входять планові обсяги бюджетних асигнувань, а також надходження з інших доходних джерел. Формування доходної частини бюджету здійснюється на підставі індивідуальних розрахунків, а також платежів і відрахувань до бюджету, а до видаткової частини належить загальна сума витрат з розподілом за категоріями видатків економічної класифікації, а також встановлення витрат, які планується профінансувати за рахунок бюджетних асигнувань та за рахунок позабюджетних надходжень .

Отже, можна зауважити, що кошторисне фінансування є основною формою фінансування для бюджетних установ. Від обґрунтованого кошторисного планування та повноти фінансування в подальшому залежить ефективне виконання бюджетних установ покладених на них функцій.

ПРИНЦИТИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Пінчук К.П., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: ст. викладач Баранік Н.М.

Для українських сільськогосподарських підприємств, актуальною залишається проблема забезпечення їхньої діяльності достатнім обсягом фінансових ресурсів. Оскільки на сільськогосподарських підприємствах забезпеченість фінансовими ресурсами є визначальним фактором здійснення процесу виробництва , кожен з цих підприємств постає перед проблемою пошуку джерел достатнього обсягу фінансових ресурсів.

Сьогодні фінансове планування потребує переведення на нові принципи організації. Його зміст та форми мають бути суттєво змінені у зв'язку з новими економічними умовами та соціальними орієнтаціями.

Організація планування виробництва на підприємстві включає два основні етапи, це стратегічне планування(на 5 і більше років) і поточне планування (як правило на рік із розбивкою на менші періоди часу). Принципи планування визначають характер та зміст планової діяльності економічної організації. Правильне дотримання принципів планування надає можливість ефективної роботи підприємства та зменшує можливість від'ємних результатів планування. Можна виділити такі основні принципи планування: принцип єдності, принцип участі, принцип безперервності, принцип точності, принцип оптимального використання фінансових ресурсів, принцип раціональності.

Принцип єдності передбачає, що планування повинно мати системний характер. Для кращого розуміння поняття системи необхідно використовувати категорії "координації" та "інтеграції". Координація планової діяльності окремих функціональних підрозділів виражається у тому, що: діяльність жодного підрозділу організації не можна планувати ефективно без урахування планів окремих підрозділів. Всілякі зміни у планах одного з підрозділів повинні бути відображені у планах інших підрозділів. Таким чином взаємозв'язок та одночасність – головні риси координації на підприємстві. Інтеграція планової діяльності передбачає, що в організації існують різні підсистеми планування, але кожна з підсистем виходить із загальної стратегії підприємства.

Принцип участі означає, що кожний член підприємства стає активним учасником планової діяльності. Планування, що базується на принципі участі називається партисипативним. Це важливо тому, що при особистій участі у плануванні кожного члена трудового колективу стають особистими плани всього підприємства.

Принцип безперервності. Основа принципу: - процес планування на підприємстві повинен бути постійним процесом у межах встановленого циклу; - розроблені плани повинні безперервно приходити на місце іншим (другий – на зміну першому, третій на зміну другому і таке інше).

Підприємства розробляють план на протязі певної частини року, затверджують його та припиняють планування до початку наступного періоду. Процес планування повинен бути безперервним виходячи з наступних важливих моментів:

- непевність зовнішнього середовища та наявність непередбачених змін роблять необхідною постійну корекцію очікувань підприємства відносно зовнішніх умов та відповідне виправлення та вдосконалення планів;

- зміняються тільки фактичні намагання, але й поняття підприємства про свої внутрішні цінні речі та можливості. Отже, безперервний процес планування дозволяє забезпечувати постійну присутність робітників підприємства у плановій діяльності.

Принцип точності. Плани повинні бути конкретизовані та деталізовані у такій мірі, в якій дозволяють зовнішні та внутрішні умови діяльності підприємства. Стратегічне, довгострокове планування повинно обмежуватися визначенням основних цілей та самих загальних направлень діяльності, тому що кількість імовірної інформації про майбутнє дуже невелика, а діапазон та швидкість змін ростуть. У планах, розрахованих на короткі строки та для окремих підрозділів організації, конкретність деталей повинна стати обов'язковою рисою, оскільки такі плани є інструкціями, визначаючими дії людей та колективів, які реалізують ці плани.

Принцип оптимального використання фінансових ресурсів із метою першочергового забезпечення фінансовими ресурсами пріоритетних напрямків розвитку економіки й соціальної сфери.

Принцип раціонального визначення джерел одержання фінансових ресурсів і їхнього розподілу через ланки фінансової системи, тобто через сферу державних фінансів, підприємницьких структур, страхових і резервних фондів та фінансового ринку.

Отже метою застосування принципів фінансового планування є забезпечення господарської діяльності необхідними джерелами фінансування, виявлення невикористаних ресурсів і визначення суми платежів у бюджет, величина якої відповідала перевищенню доходів підприємства над його витратами. Організація фінансового планування може бути ефективною тільки тоді, коли в неї будуть закладені науково обґрунтовані принципи.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СІЛЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Болобан А.Г., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шалигіна І.В.

Інвестиції - довгострокові вкладення капіталу в економіку з метою отримання доходу.

Інвестиції є невід'ємною частиною сучасної економіки. Від кредитів інвестиції відрізняються ступенем ризику для інвестора (кредитора) - кредит та відсотки необхідно повертати в обумовлені строки незалежно від прибутковості проекту, інвестиції повертаються і приносять дохід тільки у прибуткових проектах. Якщо проект збитковий - інвестиції можуть бути втрачені.

Інвестиційні проекти мають конкретну спрямованість (наприклад, на виробництво продукції аграрного сектора визначеного виду) і повинні бути реалізовані на підприємствах із найбільш сприятливими інвестиційними умовами. Для визначення їхнього рівня здійснюється оцінка стану економічного розвитку аграрного сектора.

Потенційно про користь залучення іноземних інвестицій на підприємство вказують такі факти:

- багаті природні ресурси та можливості їх експлуатації;
- кваліфікована й дешева робоча сила;
- потенційно місткий ринок.

Інвестиційна діяльність - вкладення інвестицій і здійснення практичних дій з метою отримання прибутку і досягнення іншого корисного ефекту.

Вважається, що для залучення інвестицій підприємство повинно:

1. Мати добре відпрацьований і перспективний план діяльності на майбутнє. Інвестори хочуть знати, що їх вклади принесуть надалі прибуток.
2. Мати гарну репутацію в суспільстві. Інвестуючи у тіньове підприємство, інвестори ризикують залишитися без прибутку, тому вибирають тільки ті підприємства, які викликають довіру.
3. Вести відкриту, тобто прозору діяльність. Для цього необхідні бухгалтерська звітність і робота із ЗМІ.
4. Багато що залежить від внутрішньої політики, що проводиться в тій країні, в якій знаходиться підприємство. Для вкладів інвестори вибирають найбільш стабільні країни.

Крім того, для залучення інвестицій іноді створюються особливі умови. Прикладом створення таких особливих умов є особливі економічні зони (ОЕЗ).

Розглядаючи макрорівень, інвестор зважає на той факт, що основними критеріями інвестиційної привабливості галузі є:

1. рівень прибутковості;
2. рівень інвестиційних ризиків;
3. рівень перспективності розвитку галузей і підгалузей.

Інвестиційна привабливість визначається не тільки кон'юнктурою ринку, але й політичною ситуацією і особливостями економічно-соціального розвитку, які суттєво впливають на інвестиційну активність і формують її особливості. Для сучасного стану України в цілому характерні політична та економічна нестабільність, відсутність гарантій із поверненням коштів. Ці та інші фактори формують специфіку інвестиційних пропозицій на ринку та визначають перспективу реалізації малих і середніх інвестиційних проектів, що мають строк окупності не більше двох років, що пояснюється:

- малі та середні проекти дають можливість не ризикувати великими сумами в сучасних умовах нестабільності;
- таких проектів створять фундамент і можливість розширення діяльності на українському ринкові, з поліпшенням ситуації;
- реалізація за світовими цінами на зовнішньому ринку призведе до скорочення витрат на виробництво та підвищення показників рентабельності.

На рівні підприємства інвестиційну привабливість окреслюють так: економічний стан підприємства, рівень його ліквідності, співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості, платоспроможність, рівень кваліфікації працівників і персоналу, маркетингове середовище, рівень готовності до ефективного сприйняття інвестицій. Для того щоб підприємство змогло отримати інвестиції, йому необхідно довести свою спроможність, засновану на аналізі низки чинників: майнового стану підприємства, матеріального забезпечення інвестицій та кредитів, здатності прибутково функціонувати, правоздатності й дієздатності клієнта.

З метою активізації інвестиційних процесів потрібно оптимізувати державну інвестиційну політику, яка полягає у створенні сприятливих умов для ефективної діяльності, лібералізації інвестиційного режиму та ґрунтуватися на ретельному врахуванні мотивів пріоритетів інвесторів.

В цих умовах, на нашу думку, доцільно впроваджувати малі та середні інвестиційні проекти у діяльність підприємств на базі прогресивної технологічної ідеї.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Цикало О.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Мікуліна М.О.

В умовах функціонування ринкової економіки прибуток виступає основною метою підприємницької діяльності, тому визначення суті прибутку та механізму вдосконалення його формування та використання є необхідною передумовою розвитку економіки країни. Зростання динамічності економічних відносин і глибинна трансформація їх внутрішньої природи, підвищення ролі інноваційного чинника у забезпеченні конкурентоспроможності та довгострокової результативності діяльності підприємства визначають необхідність переосмислення аналітичного інструментарію управління результативністю діяльності сучасного підприємства

Прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства,удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Уся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку або, принаймні, стабілізацію його на певному рівні.

Прибуток є головною метою та критерієм ефективної діяльності сучасного підприємства, безпосередньо впливає на його фінансовий стан та є захисним механізмом від банкрутства, а також – основним джерелом забезпечення фінансування внутрішніх потреб та подальшого його розвитку. В умовах розвитку ринкової економіки України прибуток є основним спонукальним мотивом здійснення будь-якої підприємницької діяльності, оскільки він забезпечує зростання добробуту власників та працівників підприємства через дохід на вкладений капітал.

Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності.

Отже, на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

Прибуток - це показник, що формується на мікрорівні. Прибуток народного господарства - це результат діяльності окремих підприємств, галузей економіки, розвитку окремих сфер, структурних зрушень в економіці, змін у порядку обліку фінансових результатів

Основна мета управління прибутком підприємства - забезпечення зростання його суми і рівня, а також ефективний цього розподіл за напрямками економічного розвитку. Згідно з визначеною метою об'єктом управління виступають як формування прибутку підприємства,так і його розподіл.

Під час розподілу прибутку необхідно встановити обґрунтовані пріоритети розподілу з врахуванням обмеженості ресурсів та визначити конкретні цілі для досягнення яких будуть мобілізуватися ресурси підприємства.

Стратегічними завданнями управління підприємства з врахуванням яких необхідно проводити розподіл прибутку, є:

• забезпечення ефективності діяльності ключових напрямків діяльності;• забезпечення додаткового розвитку і отримання максимальної вартості підприємства;

• забезпечення стабільної прибутковості діяльності;

• створення нових і розвиток існуючих напрямків діяльності для забезпечення подальшого розвитку;

• виконання реальних можливостей і концентрації потужностей, з метою створення потенціалу розвитку;

• розвиток підприємства шляхом ефективного використання капіталу;

• створення реальних гарантій для подальшого розвитку;

• створення стійкого потенціалу розвитку за різних сценаріїв змін.

Отже, з метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку у перспективі, виникає потреба у розробці стратегії управління підприємством спрямованої на вдосконалення механізму формування та використання прибутку. Для максимізації прибутку підприємства необхідно, насамперед, виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства. Розподіл прибутку підприємства необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої є складною економічною задачею.

ДЕПОЗИТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Демченко Г.Г., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: доцент Геєнко М.М.

Сучасний розвиток економіки України відбувається в умовах становлення ринкової системи господарювання. Це повною мірою стосується й комерційних банків, які, з одного боку, є важливим елементом ринкової інфраструктури, а з іншого - активними суб'єктами підприємницької діяльності. Ефективність роботи комерційних банків значною мірою залежить від наявності ресурсів, їх структури та розмірів. Тому проблема формування ресурсної бази посідає одне з центральних місць у діяльності комерційних банків.

Основною складовою ресурсної бази комерційного банку є депозити. Нині формування депозитної бази відбувається в умовах зростання конкуренції між комерційними банками. На депозитну діяльність комерційних банків також впливають процеси структурної перебудови економіки, корпоратизації, акціонування та приватизації підприємств, що зумовлює розширення їх фінансово-господарської самостійності і підвищення вимог до якості банківського депозитного обслуговування. Зазначені чинники створюють підґрунтя для розвитку маркетингової діяльності комерційних банків на депозитному ринку.

Основою депозитної бази є залучення банком дешевших і раціональніших з точки зору їх використання, коштів юридичних та фізичних осіб.

Депозити складають основу діяльності банку, оскільки визначають розмір кредитних вкладів (теоретично від 70 до 95% банківських ресурсів). Депозитна база банку формується із значної кількості клієнтських рахунків, що свідчить про роздрібний характер депозитних послуг і вимагає докладання значних зусиль з боку банку до їх залучення.

Депозит(від латинського — річ, віддана на збереження) — це економічні відносини щодо передачі коштів клієнта в тимчасове користування банку. Особливість депозиту полягає в його роздвоєності в практичному застосуванні. По-перше, депозит є для вкладника потенційними грошима, вкладник може виписати чек і спрямувати відповідну суму в обіг. Але в той же час «банківські гроші» приносять вкладникові дохід, виступають уже в ролі капіталу. Перевага депозиту перед готівкою в тому, що депозит приносить дохід у вигляді процента, а недолік у тому, що процент депозиту нижчий порівняно з тим, який виплатять на капітал, якщо його позичити. Тому саме при депозитних операціях дуже виразно виступає сутність комерційної діяльності банків — платити за депозит дешевше, а розміщувати його за вищу плату.

Суб'єктами депозитних операцій є комерційні банки, що виступають як позичальники, і власники коштів, які виступають кредиторами. Об'єктами депозитних операцій є кошти, що передані комерційному банку на умовах, визначених двосторонньою угодою.

На долю депозитних операцій приходиться біля 85% пасивів банків. При залученні депозитів банки дотримуються наступних принципів організації депозитних операцій:

- депозитні операції здійснюються таким чином, щоб сприяти отриманню банківського прибутку або створювати умови для отримання прибутку в майбутньому;
- в процесі організації забезпечується різноманітність суб'єктів депозитних операцій та поєднання різних форм депозитів;
- при здійсненні банківських операцій забезпечується взаємозв'язок і взаємопогодження між депозитними і кредитними операціями по термінам і сумах;
- особлива увага в процесі організації депозитних операцій приділяється строковим депозитам, які найбільше підтримують ліквідність балансу банку;
- проводячи свої депозитні та кредитні операції, банк повинен зменшувати свої вільні ресурси;
- банк повинен приймати міри по розвитку банківських послуг, що передбачає залучення депозитів.

Як перспективний напрям удосконалення депозитних операцій можна запропонувати розширення кола депозитних рахунків клієнтів з різноманітним режимом функціонування, що надаватиме вкладникам банку додаткові можливості по використанню своїх коштів із прийнятним рівнем доходів.

У відносинах комерційних банків з різними групами клієнтів, як з фізичними особами, так і з юридичним, доцільно було б використовувати депозитні рахунки, що мають змішаний режим функціонування. Корисним щодо цього є досвід зарубіжних комерційних банків у застосуванні NOW рахунків. З одного боку, кошти, що зберігаються на таких рахунках, можуть використовуватися для здійснення платежів, а з іншого - вони є своєрідними фінансовими інвестиціями, що приносять їх власникам певні доходи.

З метою оптимізації депозитного портфеля та для забезпечення більшого надходження коштів на строкові та ощадні депозити можна рекомендувати спрощення режиму функціонування відповідних рахунків, тобто порядку зарахування коштів на вклади, видачі готівки та перерахування з депозитних рахунків. Виходячи з вищенаведеного вважаємо обраний напрямок дослідження актуальним.

ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ТА БАНКРУЦТВО ПІДПРИЄМСТВА

Золотухіна А.С., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н. Закоморна Н.І.

З позиції фінансового менеджменту кризовий стан підприємства полягає в його неспроможності здійснювати фінансове забезпечення поточної виробничої діяльності. Фінансову кризу на підприємстві характеризують за трьома параметрами: джерела (фактори) виникнення; вид кризи; стадія розвитку кризи. Ідентифікація вказаних ознак уможливлює правильне визначення діагнозу фінансової неспроможності підприємства та підбір найефективніших санаційних заходів.

Одним із засобів подолання платіжної кризи та запобігання банкрутству підприємства є фінансова санація. Термін "санація" походить від латинського "sanare" і перекладається як оздоровлення або видужання.

Санація - це система фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів, спрямованих на досягнення чи відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості та конкурентоспроможності підприємства-боржника в довгостроковому періоді. Інакше кажучи, санація - це сукупність усіх можливих заходів, які спроможні привести підприємство до фінансового оздоровлення.

Своє тлумачення поняття “санація” має і Національний банк України: режим фінансової санації — це система непримусових і примусових заходів, спрямованих на збільшення обсягів капіталу до необхідного рівня протягом визначеного періоду з метою відновлення ліквідності та платоспроможності й усунення порушень, які призвели комерційний банк до збиткової діяльності або скрутного фінансового стану, а також наслідків цих порушень.

Особливе місце в процесі санації належить заходам фінансово-економічного характеру, які відображають фінансові відносини, що виникають у процесі мобілізації та використання внутрішніх і зовнішніх фінансових джерел оздоровлення підприємств. Джерелами фінансування санації можуть бути кошти, залучені на умовах позики чи на умовах власності; на поворотній або безповоротній основі.

Маючи збитки, підприємства, як правило, не заінтересовані показувати їх у своїй звітності, зокрема в балансі. Особливо це стосується акціонерних товариств, оскільки їхні баланси публікуються в пресі. За наявності балансових збитків суб’єктам господарювання дуже важко розраховувати на залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел, оскільки як для кредиторів, так і для потенційних інвесторів збиткове підприємство є непривабливим об’єктом фінансування.

Відтак збиткові підприємства можуть вдатися до санації балансу (чиста санація). Чиста санація передбачає покриття відображених в балансі збитків за рахунок власних та прирівняних до них коштів. Згідно із законодавством України, збитки підприємств можуть списуватися за рахунок резервних (страхових) фондів , засобів цільового призначення (спеціальні фонди і цільове фінансування) або за рахунок санаційного прибутку, який може утворитися за зменшення статутного фонду підприємства. Ліквідність та платоспроможність підприємства в результаті чистої санації не поліпшуються, оскільки підприємство не залучає додаткових фінансових ресурсів.

Виробничо-технічні санаційні заходи пов’язані насамперед з модернізацією та оновленням виробничих фондів, зі зменшенням простоїв та підвищенням ритмічності виробництва, скороченням технологічного часу, поліпшенням якості продукції та зниженням її собівартості, вдосконаленням асортименту продукції, що випускається, пошуком та мобілізацією санаційних резервів у сфері виробництва.

Санація вважається успішною, якщо з допомогою зовнішніх та внутрішніх фінансових джерел, проведення організаційних та виробничо-технічних удосконалень підприємство виходить з кризи (нормалізує виробничу діяльність та уникає банкрутства) і забезпечує свою прибутковість та конкурентоспроможність у довгостроковому періоді.

Слід зазначити, що значимість санації окремих суб’єктів господарської діяльності полягає у тому, що вона являє собою неодмінну умову оздоровлення вітчизняної фінансової системи в цілому, а не тільки для окремого підприємства.

Санація балансу за рахунок санаційного прибутку доцільна лише тоді, коли вичерпано інші можливості покриття балансових збитків. Даний (розрахунковий) прибуток утворюється в результаті зменшення статутного фонду підприємства.

Санаційний прибуток - це прибуток, який виникає внаслідок викупу підприємством власних корпоративних прав (акцій, паїв) за курсом, нижчим від номінальної вартості цих прав, або в результаті їх безкоштовної передачі для анулювання, зниження номінальної вартості або за одержання безповоротної фінансової допомоги від власників корпоративних прав, кредиторів та інших заінтересованих у санації підприємства осіб.

Таким чином, вивчення основних чинників санації та отримання знань щодо санаційного прибутку є досить актуальним питанням, особливо в умовах економічної кризи.

ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІІ ПОЗИЧАЛЬНИКА

Маруныч Т.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник: к.е.н.. викладач Конєва І.І.

У підприємств різних форм власності все частіше виникає потреба в залученні позикових грошових коштів для здійснення своєї діяльності та отримання прибутку. І тому вони вимушені залучати в свою діяльність позикові фінансові ресурси у формі кредиту. У процесі надання кредитів перед будь-яким банком постає необхідність оцінки кредитоспроможності позичальників.

Оцінка кредитоспроможності відіграє важливу роль, як для банківської установи, так і для власне позичальника. Метою здійснення оцінки кредитоспроможності позичальника для банківської установи є уникнення кредитних ризиків від неповернення кредиту. Для позичальника – отримання кредиту на найбільш вигідних умовах.

Достовірність оцінки кредитоспроможності позичальника істотно впливає як на результати конкретних кредитних угод, так і на ефективність кредитної діяльності банку загалом, тому проведення кредитних операцій значною мірою впливає на положення банку. Наслідком систематичних помилок в оцінці кредитоспроможності позичальників може бути погіршення якості кредитного портфеля. У кращому випадку це призводить до погіршення фінансового стану банку, у гіршому – до його банкрутства. Точність оцінки важлива й для позичальника, адже від неї залежить рішення про надання кредиту та про можливий його обсяг.

Кредитоспроможність є однією з важливих характеристик фінансово-економічної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Якщо підприємство кредитоспроможне, воно має привілеї перед іншими підприємствами такого ж профілю стосовно залучення інвестицій, вибору постачальників, в підборі кваліфікованих кадрів та отримання кредитів. Таке підприємство не має конфліктів з державою та суспільством, оскільки своєчасно виплачує податки до бюджету, внески до соціальних фондів, заробітну плату - робітникам та службовцям, дивіденди - акціонерам, а банкам гарантує повернути кредити та відсоткову плату за них.

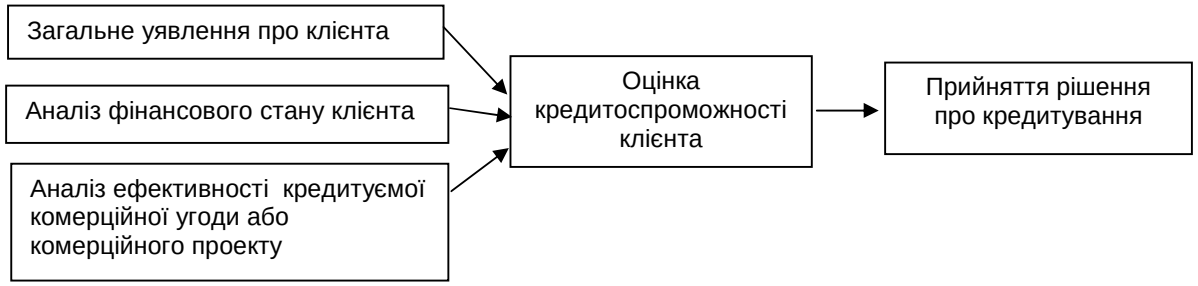

Рисунок 1 - Схема оцінки кредитоспроможності

Для здійснення оцінки фінансового стану і кредитоспроможності позичальника слід враховувати чітко визначені об'єктивні показники його діяльності, такі як: обсяг реалізації, прибуток та збитки; рентабельність; коефіцієнти ліквідності; грошові потоки (надходження коштів на рахунки позичальника) для забезпечення повернення позики та сплати відсотків за нею; склад та динаміку дебіторсько-кредиторської заборгованості тощо. Комерційний банк повинен враховувати також чинники, які багато в чому носять суб'єктивний характер: ефективність управління підприємством позичальника; ринкову позицію позичальника та його залежність від циклічних і структурних змін в економіці й галузі; наявність державних замовлень та державної підтримки позичальника історію погашення кредитної заборгованості позичальника в минулому тощо

Отже, результатом аналізу кредитоспроможності позичальника має бути визначення класу кредитоспроможності. Сьогодні немає єдиного, у тому числі галузевого, класифікатора кредитоспроможності й надійності підприємств. У розвинутих країнах існують рейтинги фінансового стану, надійності й кредитоспроможності фірм, що періодично публікуються і дають кредиторові можливість правильно оцінити свій ризик при видачі кредиту.

Таким чином, актуальною проблемою оцінки кредитоспроможності позичальників банківських установ залишається вироблення системи критеріальних значень коефіцієнтів фінансового стану для їхнього порівняння оскільки існує множина значень, обумовлена галузевою приналежністю, а приведені в економічній літературі бажані значення фінансових коефіцієнтів не враховують галузевих особливостей і специфіки діяльності суб'єктів господарювання. Тобто результати порівняння фінансових показників підприємства із їхніми оптимальними (теоретичними) значеннями можуть дати кредиторові лише оцінку загальної тенденції розвитку потенційного позичальник.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ТА ДЖЕРЕЛА ІХ ФОРМУВАННЯ

Подвезько Ю.В., студ. 5 курсу ФЕІП., спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н. Терещенко С.І.

Фінансові ресурси є матеріальними носіями фінансових відносин, що дає змогу виокремити фінанси із сукупності інших економічних категорій, жодна з яких не характеризується матеріальним носієм. Ця особливість характерна для фінансів будь-якої економічної системи, проте в кожній із них застосовуються різні форми й методи створення та використання фінансових ресурсів.

Фінансові ресурси - це грошові накопичення і доходи, що створюються в процесі розподілу й перерозподілу валового внутрішнього продукту й зосереджуються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення і та задоволення інших суспільних потреб **.**

Фінансові ресурси, формою виявлення яких с фонди грошових коштів, мають наступні характерні ознаки:

• фінансові ресурси, як у фінансовому плані, так і під час руху завжди виражають відношення власності, тобто вони належать підприємствам, чи приватному сектору економіки, чи населенню;

• фінансові ресурси завжди мають певне джерело створення і певне цільове призначення;

• формування й використання фінансових ресурсів завжди має свою правову сторону і регламентується законодавчими та нормативними актами.

Фінансові ресурси завжди виступають у грошовій формі. А грошові засоби стають фінансовими ресурсами тоді, коли вони акумулюються у відповідних фондах, які мають певний порядок створення і використання.

Характерною рисою фінансових ресурсів є те, що вони, на відміну від грошових засобів, виражають не зміну форм вартості, а фінансовий результат процесу відтворення. Фінансові ресурси свідчать про наявні можливості економічного і соціального розвитку.

За джерелами утворення до складу фінансових ресурсів відносять: прибуток; заробітну плату; доходи від особистого підсобного господарства; нарахування соціального страхування; амортизацію; чисті податки.

Найбільша частка фінансових ресурсів створюється за рахунок прибутку, відрахувань на соціальне страхування та інші соціальні потреби. Значну частку становлять непрямі податки. Крім цього, частина фінансових ресурсів виражає перенесену вартість основних фондів (амортизаційні відрахування). Отже, основна частина фінансових ресурсів представляє собою грошове надходження новоствореної вартості.

На рівні підприємства фінансові ресурси поділяються на:

1) власні;

2) позичені;

3) залучені.

Джерелами утворення фінансових ресурсів підприємств с внески засновників, прибуток, амортизаційні відрахування, цільове надходження, кредити всіх форм, кредиторська заборгованість підприємства.

Для ефективного функціонування підприємства важливе значення мас визначення оптимальної потреби в фінансових ресурсах, забезпечення структури, джерел їх формування та обґрунтованих напрямків їх використання.

Фінансові ресурси окремого підприємства і держави в цілому взаємопов'язані.

Фінансові ресурси підприємств — це грошові фонди цільового призначення, які формуються в процесі розподілу й перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту та національного доходи, і використовуються у статутних цілях підприємств.

Загальна сума фінансових ресурсів складається у кожного підприємства з таких елементів:

• статутний капітал;

• додатковий капітал (у тому числі капітальний дохід у вигляді фонду
індексації основних засобів і нематеріальних активів);

• резервний капітал;

• централізовані кошти для фінансування капітальних вкладень;

• спеціальні фонди і цільове фінансування;

Склад і обсяги фінансових ресурсів залежать від виду та розміру підприємства, роду його діяльності, обсягів виробництва.

При цьому обсяг фінансових ресурсів тісно пов'язаний з обсягом виробництва, ефективністю діяльності підприємства. Зі збільшенням обсягу виробництва і підвищенням ефективності діяльності підприємства збільшується обсяг власних фінансових ресурсів, і навпаки.

Достатній обсяг фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають стійкий фінансовий стан підприємства: платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність. У цьому зв'язку найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найбільш ефективне їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства загалом.

ПАСИВНІ ОПЕРАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Саларьов В.О. ,студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Максимова Н.О.

Для ефективної роботи кожен комерційний банк повинен мати у своєму розпорядженні певну кількість мобілізованих коштів. Залучення грошових ресурсів комерційними банками відбувається шляхом проведення пасивних операцій.

Більшість вчених-економістів розглядають і досліджують пасиви та пасивні операції комерційного банку через вивчення сутності банківських ресурсів та джерел їх формування. Деякі дослідники розглядають кошти комерційного банку як власний капітал і пасиви, до яких ,власне, входять залучені та запозичені кошти.

Сутність пасивних операцій полягає у залученні різного роду ресурсів у рамках депозитних, ощадних та вкладних операцій, запозиченнях коштів від інших банків, емісії цінних паперів, а також проведенні інших операцій, у результаті яких збільшуються грошові кошти в пасиві балансу комерційного банку. Розмежування операцій комерційного банку на виключно активні чи пасивні є доцільним та економічно обґрунтованим у момент аналізу балансу банку і оцінювання результатів банківської діяльності у часовому просторі, коли змінюються не тільки обсяги фінансових ресурсів, акумульованих банком, але і простежується зміна їх складу та структури.

Депозитними вважаються пасивні операції банків, пов'язані із залучення грошових коштів юридичних і фізичних осіб у національній та іноземній валютах у формі вкладів (депозитів) шляхом їх зарахування на відповідні рахунки на певних умовах. Але головним стрижнем пасивів є все-таки власні кошти. Без якісно сформованого власного капіталу неможливо здійснювати банківську діяльність, від цього залежить надійність та ефективність роботи установи; він є джерелом початкових ресурсів і у скрутні моменти дає можливість банку виконувати свої зобов'язання перед клієнтами. До пасивних операцій по формуванню власного капіталу можна віднести операції з формування статутного фонду банку (як на момент створення комерційного банку, так і при збільшенні розміру статутного капіталу), операції по формуванню резервного фонду, страхового фонду банку, інших фондів спеціального призначення, а також операції, пов'язані з формуванням і розподілом прибутку, який створюється у результаті здійснення банківської діяльності.

Комерційні банки здійснюють свою діяльність у межах коштів, які вони утворили в процесі своєї діяльності. Однак, при необхідності вони можуть позичати ресурси один у одного, а при нестачі коштів для проведення активних операцій і виконання взятих на себе зобов'язань одержувати позички у Національному банку України. Операції, пов'язані із отриманням позичок від інших комерційних банків, у тому числі і від Національного банку України є пасивними операціями по запозиченню ресурсів. Професійна діяльність комерційних банків як головних учасників ринку фінансових ресурсів визначається насамперед їхніми можливостями залучати та надалі ефективно трансформовувати грошові кошти з метою максимального отримання доходу при мінімумі закладених затрат. Виступаючи фінансовими посередниками між тими суб'єктами грошового ринку, хто володіє тимчасово вільними грошовими ресурсами, та тими, хто має потребу у отриманні позичок, комерційні банки акумулюють певну масу грошей для того, щоб за сприятливих умов вкласти їх у перспективні сфери діяльності.Кошти, які перебувають у розпорядженні комерційних банків є досить різноманітними як за структурою, так і за характером. Власний капітал банку, кошти юридичних та фізичних осіб, залучені на строкові депозити та кошти, отримані від інших комерційних банків, є пасивами, які легко піддаються прогнозуванню, оскільки є більш-менш керованими і стабільними за своєю природою. Тому вони можуть в першу чергу використовуватися для найбільш прибуткових активних операцій - кредитування фізичних та юридичних осіб, здійснення портфельних інвестицій. Депозити до запитання, залучені від підприємств, установ, організацій, населення та кошти до запитання інших банків є пасивами, величину яких важко спрогнозувати, так як вони є некерованими і нестабільними. Залишки коштів у поточних пасивах можуть варіювати із значними відхиленнями в залежності від поступлення або вилучення коштів із рахунків. Проте поточні пасиви є якраз найдешевшим, а ,отже, і найбільш бажаним для банків джерелом залучення вільних коштів.

Значний вплив на структуру пасивів та їх приріст мають процентні ставки, які сьогодні пропонують комерційні банки клієнтам. Як зазначають Ю.Заруба та Г.Зарічна, „в умовах невисоких доходів споживачів банківських послуг – як українських підприємств, так і населення, - саме цінова еластичність попиту з часом матиме найсуттєвіший вплив на приріст залишків на банківських рахунках". Банківські пасиви є основним джерелом фінансування активних операцій банків.

Отже, головним джерелом формування банківських пасивів на сьогодні залишаються залучені кошти, серед яких суттєво переважають кошти суб'єктів господарювання та фізичних осіб. Тому головним завданням кожного комерційного банку має бути вибір такої структури банківських пасивів, які будуть збалансовані за обсягами, термінами, і приведення її у відповідність із здійсненням активних операцій, що дозволить підтримати на належному рівні ліквідність та прибутковість банківської установи.

КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ

Сушко А.А., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Закоморний С.М.

У сучасному суспільстві значно розширюються межі кредитних відносин. В умовах кризових явищ в економіці України питання отримання кредиту мають важливе значення і повинні враховувати стан банківської системи країни.

Потреба в кредиті виникає через різницю у величині та термінах повернення авансованого капіталу в товар, а також у зв'язку із необхідністю одночасної інвестиції великих грошових коштів для задоволення потреб фізичних осіб. Традиційно виникнення потреби в кредиті пов'язують із сезонністю рівнів доходів та витрат, а особливо із терміновістю потреб фізичної особи у тих чи інших благах. Економічна роль кредиту полягає у перерозподілі вартості на засадах платності, строковості, забезпечення і повернення.

Питання про форми та види кредиту в економічній науці є дискусійним. Їх розглядали такі вітчизняні та зарубіжні вчені як В. Геєць, А. Лагутін, А. Мороз, П. Усоскін, А. Чухно. Відмінності у підходах економістів випливають в основному з різного розуміння критеріїв, принципів і ознак виділення форм кредиту.

Розглянемо такий вид кредиту як банківський кредит фізичним особам. При кредитуванні фізичних осіб найбільш поширеною формою кредитування є спожитий кредит, який прискорює реалізацію товарів широкого вжитку і побутових послуг, збільшує платоспроможність населення, і т. п.

Важливим показником, який характеризує розвиток кредитних відносин і відображає роль кредитування в економіці, є показник співвідношення наданих комерційними банками кредитів фізичним і юридичним особам.

При проведенні кредитної політики комерційні банки виходять із необхідності забезпечити поєднання інтересів банку, його акціонерів і вкладників та господарських суб'єктів із врахуванням загальнодержавних інтересів. Комерційні банки самостійно визначають порядок залучення та використання коштів, проведення кредитних операцій, встановлення рівня відсоткових ставок і комісійних винагород. Вони відповідають за своїми зобов'язаннями перед клієнтами всім належним їм майном і коштами. Рішення щодо надання кредитів позичальникам, незалежно від запрошуваного розміру кредиту, приймається колегіально

Короткострокові кредити надаються банками фізичним особам на цілі поточної господарської діяльності в разі виникнення в них тимчасових фінансових труднощів у зв'язку із витратами, які не забезпечені надходженнями коштів у відповідному періоді (відпочинок, подорожі, купівля предметів домашнього вжитку). Середньострокові кредити надаються на оплату обладнання, на поточні витрати, купівлю побутової техніки. Довгострокові кредити надаються банками позичальникам для купівлі нерухомості, транспортних засобів, і т.п. В Україні переважно надаються середньострокові кредити.

З розвитком банківської системи в Україні умови кредитування стають все доступнішими але водночас характеризуються жорсткістю та принциповістю надання кредитів для фізичних осіб. На даний час кредити фізичним особам надаються, як в національні, так і в іноземних валютах, це обумовлено не тільки доларизацією української економіки в трансформаційний період, але й потребами фізичних і юридичних осіб, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Водночас НБУ не полишає намагань зменшити обсяг доларитизації кредитів фізичним і юридичним особам, які не займаються зовнішньоекономічною діяльністю, встановлюючи більш жорсткі вимоги з резервуванням коштів на покриття збитків за кредитними операціями

Одночасно можна виділити деякі негативна явища, які мають місце в кредитуванні фізичних осіб комерційними банками, а саме: недостатній розвиток лізингових послуг, які надаються комерційними банками. Активне впровадження лізингових послуг сприятиме оновленню суспільних потреб, інтелектуальному розвитку,впровадження нових для України технологій. Крім того, розвиток лізингу стимулюватиме підвищення ефективності кредитної політики банків завдяки формуванню конкурентного середовища між джерелами фінансування.

Отже**,** можна стверджувати, що в умовах ринкової трансформації економіки комерційні банки постійно нарощують обсяги кредитування економіки, про що свідчить зростання частки надання комерційними банками кредитів фізичним та юридичним особам. В свою чергу, в Україні існують проблеми банківської системи, які, певним чином, перешкоджають розширенню кредитування,а саме: проблема формування довгострокових кредитних ресурсів, проблема складності комплексу документів на отримання кредиту, недостатній розвиток лізингових послуг.

ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Гаджиєва З.О., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: проф. Чупіс А.В.

В умовах ринкової економіки функціонування і розвиток підприємств агропромислового комплексу в основному зумовлені ефективною роботою їх інноваційного механізму і результативністю реалізованих нововведень. Важливим питанням формування і реалізації інноваційних процесів в агропромисловому комплексі є інвестиційне забезпечення розробки й освоєння інновацій. Проблема інвестування інноваційних проектів завжди була злободенною, незалежно від стану галузей і їхніх структурних формувань, адже науково-технічний прогрес, як діалектично об'єктивне явище, не може бути припинений. Таким чином, відбувається споживання необхідних матеріальних, енергетичних, фінансових, інтелектуальних ресурсів, тобто інвестиційних вкладень. Реальні обсяги їх, на жаль, не відповідають потребам сучасного агропромислового виробництва, а тому й окупність нових вкладень залишається невисокою.

Інвестиції, як один з основних чинників підвищення економічної ефективності виробництва, здатні забезпечити розвиток агропромислового комплексу за допомогою нарощування матеріально-технічної бази, впровадження інновацій, реалізації перспективних проектів. В процесі інвестування вирішальну роль для зростання економічної ефективності агропромислового виробництва відіграє як збільшення суми коштів, що вкладаються, так і вибір найбільш ефективних способів і напрямів інвестування.

У зв'язку з низьким рівнем зацікавленості до інвестування АПК, аграрні підприємства вимушені самостійно здійснювати пошук інвесторів, ретельно розробляючи інвестиційну пропозицію для посилення її привабливості. Знаходження нових форм залучення ресурсів і зростання ефективності інвестицій в інноваційні проекти відіграють велику роль у реалізації стійких темпів розвитку АПК та зростанні ефективності виробництва.

Окремі питання організації, управління, фінансування, оцінки економічної ефективності інноваційних проектів в агропромисловому комплексі розглядаються в наукових розробках українських вчених О. Гальчинського, О. Гудзинського, І. Бланка, С. Володіна, О. Дація, М. Дем'яненка, Д. Доманчука, О. Крисального, М. Кропивки, П. Макаренка, М. Маліка, П. Саблука, В. Трегобчука, О. Тивончука, О. Ульянченка, Л. Федулової, О. Школьного, В. Яценка. Проблемам та особливостям інвестиційного забезпечення агропромислового комплексу присвячено праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: А. Гайдуцький, С. Іванюта, М. Корецький, Г. Лайко, Л. Михайлова, Г. Мостовий, М. Кісіль, О. Олійник, Б. Пасхавер, А. Чупіс, В. Юрчишин та ін.

Під інноваційним розвитком економіки розуміють процес її структурного вдосконалення, що досягається за рахунок практичного використання знань, техніки, досвіду для зростання обсягів виробництва,підвищення якості суспільного продукту,зменшення конкурентоспроможності країни та прискорення науково-технічного прогресу в суспільстві.

Стимулювання інвестиційної активності суб'єктів господарювання могли б сприяти такі б заходи:

- створення корпораціями спільних інноваційно-інвестиційних фондів шляхом зменшення суми податкових виплат з прибутку.
- поетапне зниження податкового навантаження на товаровиробників у пріоритетних сферах шляхом застосування податкових пільг.
- часткове субсидування процентних ставок за кредитами комерційних банків у найперспективніші проекти, які пройшли фахову та прозору державну експертизу. Джерелами такого субсидування мають буду кошти від приватизації державного майна, дивіденд, плату за оренду державного майна, частина чистого прибутку державних підприємств, що перераховуються до бюджету.

Незважаючи на велику увагу до проблем інвестування інноваційних процесів в АПК з боку вчених до цих пір існує ряд невирішених завдань, які стримують темпи зростання агропромислового виробництва. За сучасного стану вкрай недостатніх капітальних вкладень в агропромислове виробництво одним із проблемних питань сьогодення є формування дієвої системи інвестиційного забезпечення інноваційних процесів в АПК, пошуку форм і джерел залучення інвестицій та їх оптимізація, системне спрямування інвестиційних потоків на впровадження інновацій. Суттєвим є також відсутність комплексних теоретичних розробок щодо інвестиційного забезпечення інноваційних процесів агропромислового виробництва. Багато питань виникають при виборі і економічній оцінці інноваційних проектів в агропромисловому виробництві. Відсутні дослідження щодо процесу створення й оновлення агропромислового виробництва на основі реалізації інноваційного потенціалу.

Необхідність розв'язання наведених проблемних питань теоретичного і практичного спрямування по забезпеченню інвестування інноваційних проектів в агропромисловому виробництві зумовила актуальність і цільову направленість магістерського дослідження.

ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ ВАТ НАСК «ОРАНТА» НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Максименко О.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Самошкіна І.Д.

Страховий ринок – це важлива складова частина фінансової системи країни. Страхування має величезні можливості сприяти економічному та соціальному розвитку країни, вирішувати проблеми кожного асоційованого чи індивідуального власника. Ступінь розвитку страхового ринку відображає можливості економічного зростання країни. Сприяючи перерозподілу ризиків між економічними суб'єктами та відшкодуванню збитків за рахунок накопичень, страхування дозволяє підвищити ефективність окремих підприємств та економіки в цілому.

Тому розвиток національної системи страхування – одне з важливих стратегічних завдань в області створення інфраструктури ринку. Для України, де практично всі види діяльності характеризуються підвищеним ризиком, це має особливе значення. Страхування – це двосторонні економічні відносини, які полягають у тому, що страхувальник, сплачуючи грошовий внесок, забезпечує собі (чи третій особі) у разі настання події, обумовленої договором або законом, суму виплати з боку страховика, який утримує певний обсяг відповідальності і для її забезпечення поповнює та ефективно розміщує резерви, вживає превентивні заходи, спрямовані на зменшення ризику, а при потребі перестраховує частину своєї відповідальності.

Страховий ризик – це ймовірна подія або сукупність подій на випадок яких здійснюється страхування. Страховий ринок в Україні характеризується недостатньою розвиненістю, недосконалістю структури, тенденцією до укладання короткотермінових договорів, слабким розвитком перестрахування, нестабільністю фінансового стану багатьох страхових компаній, що призводить до невчасного виконання обов'язків перед страхувальниками.

Існує також тісний взаємозв'язок між страховою і кредитною діяльністю. Населення багатьох країн надає перевагу заощадженню своїх коштів через страхові компанії, укладаючи з ними договори на страхування життя та здоров'я. До продажу страхових полісів нерідко залучаються й банки. Страхові поліси можуть бути гарантіями повернення позик. Страхування виконує такі функції: ризиковану, створення і використання страхових резервів (фондів), заощадження коштів, превентивну. Формування страхових резервів – це спосіб концентрації та використання коштів, необхідних не лише для розподілу між усіма страхувальниками збитків, зумовлених страховими випадками поточного періоду, а й для відповідного покриття можливих масштабніших збитків, що можуть припасти на окремі роки наступних періодів.

Сприяючи розвитку заощаджувальних видів страхування, держава має змогу активно впливати на вирішення соціальних проблем, пожвавлювати грошовий обіг, підвищувати купівельну спроможність національної валюти, збільшувати інвестиційні можливості країни. В Україні переважає найпростіша форма відшкодування – кошти перераховують на рахунок страхувальника або видають йому чек на отримання готівки. Франшиза – це визначена договором страхування частина збитків, яка в разі страхового випадку не підлягає відшкодуванню страховиком. Вона може бути визначена у вигляді певної грошової суми або у відсотках до всієї страхової суми. Страховик може брати на своє утримання обмежені за розміром ризики. Ці межі визначаються наявністю в компанії страхових фондів.

Співстрахування – це страхування об'єкта за одним спільним договором кількома страховиками. Позитивним є те, що компанії мають змогу об'єднати свої зусилля зі страхування великих ризиків, не поступаючись ні перед ким страховою премією. Недоліки співстрахування полягають в ускладненні процедури оформлення страхування і виплати відшкодування. Отже, страхування не вміщується в рамки традиційного вузького розуміння фінансів як економічних відносин, що виникають у процесі формування, розподілу та використання доходів і грошових фондів.

Страховий інтерес випливає з права власності або володіння тим чи іншим об'єктом. Кожний індивідуальний або асоційований власник будинку, автомашини, а тим більш складного виробничо–технічного комплексу, зацікавлений у тому, щоб вкладені в цей об'єкт кошти не були втрачені через стихійне лихо, нещасний випадок, пограбування тощо.

Ще більший страховий інтерес мають фізичні (а нерідко й юридичні) особи щодо організації захисту матеріальних інтересів на випадок втрати свого (або своїх працівників) життя чи здоров'я. Це гарантує отримання певних доходів у разі втрати годувальника, тривалої або постійної втрати працездатності застрахованого, а також на випадок настання інших, спеціально обумовлених подій.

Отже, із виходом із фінансової кризи страхові продукти стають більш популярними у фізичних і юридичних осіб

ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Остапенко І.С., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «ФІК»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Самошкіна І.Д.

В сучасних умовах проблема забезпеченості сільськогосподарських підприємств оборотними засобами займає одне з провідних місць. Від цього фактора залежить виробнича діяльність підприємства та ефективність його виробництва. Оборотні засоби перебувають у постійному русі, послідовно проходячи всі стадії кругообігу, відповідно їх розмір повинен бути таким, щоб забезпечити безперервний процес виробництва на підприємстві. Коли ж їх розмір зменшується, то відповідно порушується виробнича діяльність підприємства, знижуються обсяги виробництва, не забезпечується своєчасне відтворювання оборотних засобів. Фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від наявності та ефективності використання оборотних засобів. Вони перебувають у постійному русі, набуваючи форми грошей, запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції.

Помітна наявність у господарському обороті підприємства власних оборотних коштів у розмірах, які майже покривають нормативні потреби в них, а також залучення кредитних та інших позикових ресурсів ще не є гарантією створення умов для нормального господарювання. Агрофірма має забезпечити раціональне розміщення цих ресурсів за призначенням, і це є однією з найважливіших ділянок роботи фінансової служби.

Створення ринково орієнтованої системи господарювання та розвиток досконалих конкурентних відносин між її суб'єктами в Україні вимагають впровадження одночасно керівного і керованого організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити стабільне ефективне високоприбуткове функціонування найважливіших структурних одиниць та мобільно інтенсифі-кувати відтворювальні процеси як на локальному, так і на глобальному рівнях.

Про нераціональне використання власних і позикових оборотних коштів свідчать відволікання їх у:

- понаднормовані запаси товарно-матеріальних цінностей і витрат виробництва, якщо вони не прокредитовані банком;
- дебіторську заборгованість за товари, роботи, послуги не оплачені в строк покупцями;
- іншу дебіторську заборгованість (за претензіями, за розрахунками з підзвітними особами);
- різні витрати, що перевищують наявні джерела фінансування.

Якщо трактувати нормативи оборотних засобів як встановлення їхньої мінімальної потреби, це призведе до агресивної політики формування оборотних засобів, до якої сільськогосподарські підприємства не готові через зниження дохідності підприємств, ціновий диспаритет, високі процентні ставки за короткострокові кредитні ресурси. Тому під нормуванням оборотних засобів необхідно розуміти процес визначення їх оптимальної потреби для забезпечення безперервності виробничого процесу у підприємствах. Адже для встановленого розміру цієї потреби оборотних засобів залежить їх раціональне формування.

Значна частина оборотних засобів (насіння, корми, органічні добрива) створюються в сільському господарстві, тому в процесі кругообігу не набуває товарної форми і надходить безпосередньо у виробниче споживання.

Оборотні засоби за способом організації поділяються на нормовані і ненормовані. Тому для кожного виду матеріальних цінностей нормативи розраховують у грошовому і натуральному виразі. Вони визначають розміри виробничих запасів кормів, насіння, молодняку тварин і тварин на відгодівлю, добрив, палива, запасних частин та інших матеріалів і сировини, необхідних для забезпечення нормальної господарської діяльності. При цьому виходять з науковообгрунтованих норм витрачання окремих видів матеріальних оборотних засобів з розрахунку на 1 га земельної площі, голову худоби, а також їх вартості та сезонного характеру виробництва

Для нормального здійснення процесу виробництва і раціонального використання оборотних засобів сільськогосподарські підприємства повинні мати виробничі запаси відповідно до встановлення нормативів. Як нестача матеріальних оборотних засобів, так і їх наднормативні запаси призводять до зниження ефективності виробництва і погіршення фінансового стану господарств.

Нормування оборотних засобів дає змогу виявити зайві та непотрібні для виробництва матеріали, реалізувати їх і довести обсяги до встановлення норм. Нестача їх порівняно з потребою покривається банківським кредитом у розмірі, що забезпечує нормальне ведення виробництва. Все це сприяє зменшенню витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, забезпечує запланований обсяг її виробництва і реалізації з меншими оборотними засобами, що поліпшує фінансовий стан господарства.

Отже, основна методологія нормування оборотних засобів полягає в їх оптимізації. Це означає, що кожному їх елементу визначається така потреба, при якій кругообіг засобів може нормально здійснюватися.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У БАНКІВСЬКІЙ СПРАВІ

Кирута Г.О., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «ФІК»
Науковий керівник: ст. викладач Баранік Н.М.

Сьогодні банківська система України переживає значні зміни, зумовлені глобалізацією фінансових ринків, розвитком інформаційних технологій, розширенням асортименту банківських послуг, введенням інноваційних технологій в управлінні банками, консолідацією капіталу та ін. В таких умовах істотно збільшується можливість виникнення не прогнозованих негативних змін зовнішнього банку. Істотну шкоду банку можуть нанести протиправні чи непрофесійні дії персоналу. Саме тому існує проблема забезпечення економічної та фінансової безпеки в процесі діяльності банку.

Безсумнівно в умовах ринкової економіки від ефективного функціонування банку залежить не тільки рівень його дохідності, але і можливість подальшого його існування як суб'єкта ринку. В той же час ефективно банк буде функціонувати лише в тому випадку, коли зможе адекватно контролювати і управляти ризиками, що присутні в його діяльності. Розвиненість системи управління ризиками її підвищує, разом зі збільшенням розміру, складності та географічної диверсифікації кожного банку. Слід також відмітити, що хоча функціонуванню банківської системи присвячено досить велику кількість наукових робіт, проблемам зниження ризикованості тих чи інших банківських операції увага приділяється відносно недавно і в недостатній кількості.

З метою детальнішого розгляду даної проблематики звернемось до поняття банківського ризику. Відповідно банківський ризик – це ситуативна характеристика діяльності банку, яка відображає невизначеність його майбутнього стану і можливі негативні наслідки у випадку невдачі. Може проявлятися отриманням таких небажаних результатів, як втрата прибутку і виникнення збитків вразі несплати зобов'язань по виданим кредитам, скороченням ресурсної бази, здійсненням виплат по позабалансовим операціям. В свою чергу під управління ризиками слід розуміти систему обмеження ризиків чистим капіталом чи його часткою з метою виконання стратегічного плану розвитку банку, отримання запланованого прибутку і забезпечення його стійкої поточної роботи.

Потрібно відмітити, що найбільш поширений спосіб захисту від ринкових ризиків – це зменшення позицій по більш ризикованим операціям і відповідне збільшення позицій по менш ризиковим операціям. Інший спосіб – хеджування, тобто укладання протилежної термінової угоди, що перекладає потенційний ризик на контрагента термінової угоди. В усіх випадках зменшення ризику по ринковим інструментам приводить в загальному випадку до зниження дохідності. Тому задача зменшення сукупного ризику тісно пов'язана з задачею дохідності.

Під системою управління ризиками необхідно розуміти:

- затверджену систему методик розрахунку оцінок ризиків по видам використовуваних фінансових інструментів;
- набір сценаріїв розвитку макроекономічної ситуації та визначення на їх основі прогнозних кривих дохідності по видам інструментів;
- розрахунок числових значень оцінок ризиків по кожному сценарію розвитку;
- вибраний правлінням банку сценарій розвитку і граничний розмір ризику, розрахунок лімітів по всім типам ризиків;
- і звичайно щотижневий аналіз фінансового стану банку, ринкової вартості чистого капіталу, тенденцій розвитку ринку та затвердження плану заходів по зниженню ризиків.

Вітчизняні банки проблему створення ефективних систем управління ризиками ще мають вирішити. При цьому важливо використати міжнародний досвід та пам'ятати, що становлення практики управління ризиками ще не завершене. Створити універсальну методику побудови систем не можна в принципі, оскільки кожний банк по-своєму унікальний, орієнтований на власну ринкову нішу, можливості своїх співробітників, усталені зв'язки. Механічне копіювання вдалої моделі управління ризиком, створеної конкретним банком, призведе швидше до негативних наслідків в іншому банку.

З розвитком ринкових відносин та ускладненням банківських операцій співвідношення між групами ризиків змінюється. Настає момент, коли створювати системи управління основними фінансовими та функціональними ризиками виправдано й доцільно, а згодом ці дії перетворюються на необхідні. Для вітчизняної банківської системи такий момент уже настав. Зауважу, що функціонування загальнодержавної системи банківського нагляду та контролю за ризиками не може бути альтернативою створенню власних внутрішньо-банківських методик аналізу та систем управління ризиками. Центральні банки підходять до оцінювання ризиків з позицій нагляду за діяльністю банківської системи в цілому. Крім того, центральні банки контролюють певну групу ризиків, таких як ризик ліквідності, плато-спроможності, кредитний і валютний, водночас оцінка деяких важливих видів ризиків, наприклад, ризику зміни відсоткових ставок, ринкового ризику, не проводиться. Отже, лише деякі положення й елементи методики аналізу та оцінювання ризиків центральних банків можуть бути включені до складу власної системи управління ризиками кожного банку.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ВАТ «ЛЕБЕДИНСЬКА ШВЕЙНА ФАБРИКА»)

Пузина О.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Терещенко С.І.

Зовнішньоекономічна діяльність завжди була і залишається важливою складовою суспільного розвитку україни, а проблема її розвитку була і є актуальною, незважаючи на зміни в політичній ситуації, економічній кон'юктурі та правовому середовищі країни. Згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. Здійснення зовнішньоекономічної діяльності передбачає дотримання певних організаційних методів, принципів, механізмів цієї діяльності. А також жорстке дотримання законодавства як України так і країн – партнера.

Визначення ефективності зовнішньоекономічних операцій проводиться для обгрунтування не лише окремих пропозицій щодо закупівлі та продажу певних товарів. Ці дані можуть бути використані при розробці планів експорту й імпорту в масштабах країни, при оцінці структури та напрямків зовнішньоторговельного обігу. Подібні розрахунки виконуються як у національній, так і в іноземній валюті. При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовується системний підхід, який надає можливість здійснити комплексний аналіз будь-якого виду зовнішньоекономічної операції. У зовнішньоекономічної діяльності ефективність проявляється у максимізації прибутку при мінімальних витратах, пов'язаних із здійсненням зовнішньоекономічних операцій. Загальні показники ефективності зовнішньоекономічної діяльності:

- зростання національного доходу країни,
- зростання продуктивності праці,
- зниження собівартості продукції,
- економія на сировині, матеріалах, енергії.

На практиці економічна ефективність зовнішньоекономічна діяльність розраховується по конкретному виду зовнішньоекономічних операцій. Найбільш загальним в цьому відношенні є визначення ефективності від зовнішньоторговельних операцій та найбільш, поширених форм.

Значний резерв підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств міститься у підвищенні якості самих зовнішньоторгівельних контрактів. Сучасний стиль торгівлі має включати супровід постачання товарів відповідними послугами розміщення на теритотії покупця торгівельних представництв і сервісних центрів. Це сприяє стійкості і передбачуваності торгівельних контрактів, дає можливість поліпшити маркетингове забезпечення торгівлі, максимально підняти планку прибутковості операцій.

ВАТ «Лебединська швейна фабрика», яка спеціалізується на виробництві чоловічих сорочок, здійснює процес покращення розвитку зовнішньоекономічної діяльності, опираючись на оцінку власних можливостей, вивченням ринку, аналіз і контроль.

Підприємство щорічно єкспортує близьзько 90% виготовленої продукції за кордон. Продукція єкспортується до Німеччини, Італії, Польщі, Англії.

На підприємстві зовнішньоекономічну діяльность здійснює зовнішньоекономічний відділ. Функції зовнішньоекономічного відділу: маркетингова діяльність, вивчення ринків збуту, збір і обробка інформації про ціни та якість, оформлення договорів і контрактів, організація зустрічей з іноземними партнерами.

Про ефективність здійснення зовнішньоекономічної діяльності можна судити з отриманих прибутків , а також після детального аналізу позитивних рис ведення міжнародного бізнесу.

Основними мотивами розвитку зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві є:

1. Розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою максималізації прибутку.
2. Закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання.
3. Залученню інжиніринговихта інших послуг для потреб виробництва з урахуванням їх унікальності, більш вищої якості і низькихцін в порівнянні з внутрішнім ринком.
4. Залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках.
5. Участь в міжнародному розподілі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку своєї економіки.

Таким чином, підприємство на сучасному єтапі розвитку ринкових відносин намагається вдосконалити маркетингові заходи, знайти нові шляхи і методи виходу на зовнішні ринки, залучення іноземних інвестицій досягнення позитивного сальдо торгівлі із зірубіжними країнами.

ВИПЛАТИ З ФОНДУ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ З ТИМЧАСОВОЇ ВТРАТИ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ ПО - НОВОМУ

Соколенко Л.Ф., здобувач
Науковий керівник: д.е.н., професор Чупіс А.В.

Починаючи з 01 січня 2011 року згідно Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010р. № 2464- VI значно спростилась система адміністрування внесків до Пенсійного фонду України та фондів соціального страхування. Замість чотирьох платежів до Пенсійного фонду України, Фонду соціального страхування на випадок безробіття, Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності та Фонду соціального страхування від нещасного випадку є один – єдиний соціальний внесок.

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – 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.

Також суттєво змінився механізм надання працівникам виплат з Фонду соціального страхування.

Як і раніше, лікарняні, допомогу у зв'язку з вагітністю і пологами, допомогу на поховання мають призначати, нараховувати і виплачувати роботодавці. Але з 01.01.11р. вони не можуть виплачувати зі своїх коштів суми, що обліковуються за рахунок Фонду.

Механізм нарахування і сплати єдиного внеску такий:

Кожен роботодавець (страхувальник) повинен відкрити в установі банку окремий рахунок, на який Фонд перераховує кошти на соціальні виплати, які потім необхідно виплатити працівникам.

Після отримання лікарняного листа комісія із соціального страхування (уповноважена особа) приймає рішення про призначення чи відмову в наданні допомоги. Потім бухгалтерія відображає нарахування призначеної суми у бухгалтерському обліку.

На підставі даних бухгалтерського обліку складається заявка – розрахунок на надання коштів в двох екземплярах, один з яких подається до Фонду за місцем реєстрації, інший – залишається на підприємстві. В заявці потрібно зазначити нарахований за рахунок Фонду розмір допомоги в повній сумі. Оплата перших п'яти днів здійснюється за рахунок роботодавця і в заявці не подається на відшкодування.

Після отримання такої заявки Фонд соціального страхування в 10- денний термін повинен розглянути її і перерахувати кошти на спеціальний рахунок страхувальника.

Оплата перших п'яти днів здійснюється у терміни виплати авансу чи заробітної плати, оплата решти суми – після перерахування Фондом допомоги на окремий рахунок.

Згідно чинного законодавства кошти з вказаного рахунка можна використовувати тільки на надання матеріального забезпечення застрахованим особам.

Саме тому підприємства протягом січня – лютого 2011 року кошти з спеціального рахунку в повному обсязі перераховували застрахованим особам , а ті потім компенсовували суму утриманих єдиного внеску та ПДФО на поточний рахунок підприємств. І тільки 04.03.11р. з'явилось роз'яснення - лист № 02-24-416 «Про використання коштів, що надійшли на виплату лікарняних в ФСС з ТВП» , в якому зазначено, що з цього рахунку сплачується сума утриманого податку з доходів фізичних осіб та єдиного внеску 2%, тобто вся сума, зазначена в заявці - розрахунку.

Сума нарахованого на лікарняні єдиного внеску 33,2% виплачується в день сплати лікарняних з поточного рахунка страхувальника.

Теоретично все складається добре, але на практиці зовсім інша картина.

Законом про єдиний соціальний внесок передбачена сплата єдиного соціального внеску до 20 числа наступного за звітним місяця.

Тобто, якщо кошти з Фонду до 20 числа не надійшли, то страхувальник:

а) не сплачує ЄСВ і отримує штрафні санкції

б) сплачує ЄСВ за рахунок своїх коштів, щоб уникнути штрафів, але при надходженні коштів на спец рахунок не може компенсувати свої витрати.

Отже, до сих пір залишається не врегульоване питання стосовно своєчасної сплати внеску з коштів Фонду, а тому необхідно терміново вирішити питання на законодавчому рівні, в іншому випадку введення Єдиного соціального внеску не принесе очікуваного результату.

АКТИВНІ ОПЕРАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Фурсенко І.С., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит».
Науковий керівник: к.е.н. Гузенко Т.С.

Активні операції банків полягають у діяльності, пов'язаній із розміщенням і використанням власного капіталу, залучених і позичених коштів для одержання прибутку при раціональному розподілі ризиків за окремими видами операцій і підтриманні ліквідності.

Активні операції комерційного банку поділяються на такі основні види:

1) банківські кредити;
2) банківські інвестиції;
3) операції з валютою;
4) операції з цінними паперами.

Кредитні операції передбачають організацію економічих відносин, у процесі яких банки надають позичальникам грошові кошти з умовою їх повернення та сплати проценту за користування. Дані операції, як правило, приносять банкам основну частину їхніх доходів та займають провідне місце серед статей активу балансу.

Комерційні банки можуть надавати кредити підприємствам усіх форм власності різних галузей господарства, населенню, центральним і місцевим органам державної влади, кредитно-фінансовим установам. З усіх типів кредитів за категоріями позичальників найбільша питома вага припадає на позики торгово-промисловим підприємствам. Водночас у розвинутих країнах в останні десятиліття спостерігається тенденція до збільшення споживчих позик фізичним особам. У США, наприклад, 2/3 усіх продаж на сьогодні здійснюється за участю кредитів.

У випадку позитивного вирішення питання про кредитування клієнта між ним і банком укладається кредитний договір, в якому фіксуються всі основні умови надання позики .

Інвестиційні операції комерційних банків полягають у вкладенні банківських ресурсів у приватні і державні цінні папери на порівняно тривалі строки з метою отримання прибутку.

Основними об'єктами інвестиційної діяльності банків є облігації приватних компаній і держави, а також акції корпорацій. Сукупність банківсьих ресурсів, вкладених у цінні папери, утворює інвестиційний портфель банку. Його склад і структура формуються на основі інвестиційної політики, що розробляється банком. Суть такої політики полягає у визначенні кола цінних паперів, найбільш придатних для вкладення коштів, і оптимізація структури портфеля інвестицій на кожен конкретний період часу.

Існують активні і пасивні валютні операції. До активних валютних операцій належать операції з розміщення іноземної валюти та банківських металів з метою отримання доходів. Аналіз активних валютних операцій повинен проводитися на основі оцінки всіх видів активів банку, виражених в іноземних валютах і банківських металах.

До джерел залучення валютних коштів належать;

- іноземна валюта ;
- валютні депозити й кредити, отримані від інших банків;
- кошти в іноземній валюті на поточних і депозитних рахунках клієнтів банку;
- кредити, отримані від міжнародних фінансових організацій;
- інші зобов'язання в іноземній валюті та банківських металах.

При аналізі валютних операцій слід зіставляти взаємопов'язані статті активу й пасиву, де зафіксовано залишки в іноземних валютах, та розраховувати нетто-позицію за кожною групою парних статей. Це дає змог оцінити напрями використання різних видів залучених валютних ресурсів, а також з'ясувати, за рахунок яких видів ресурси розмішувалися у ті чи інші активи.

Серед банківських послуг мають місце операції виконання по цінних паперах та їх забезпечення. Комерційні банки можуть купувати і продавати цінні папери від свого імені і за свій рахунок як через фондову біржу, так і на позабіржовому ринку цінних паперів, а також на основі доручення клієнта про купівлю-продаж цінних паперів. При цьому банк виступає повіреним або комісіонером свого клієнта. За своєю природою зазначені угоди є договором купівлі-продажу, звичайно, укладеним відкладальною умовою.

Комерційні банки займаються зберіганням цінних паперів, для чого пропонують клієнтам в оренду сейфи. За дорученням свого клієнта комерційні банки можуть здійснювати управління портфелем його цінних паперів. За договором про управління цінними паперами клієнта комерційний банк надає йому такі види послуг. Банк зобов'язується зберігати цінні папери свого клієнта, забезпечувати їх облік, провадити інкасацію відсотків і дивідендів, а також сум по погашених цінних паперах, обмін акцій та облігацій на інші цінні папери, інформувати клієнта про чергові збори акціонерів, випускати нові акції, у яких клієнт має переважне право на купівлю. Управління портфелем цінних паперів є складними правовідносинами, які містять ознаки кількох цивільно-правових договорів (комісії, зберігання і доручення), а також здійснення бухгалтерського обліку і звітності по цінних паперах, аналітичне і правове обслуговування.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Трухан А.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Хромушина Л.А.

Сьогодні в економіці України питання одержання прибутку і підвищення ефективності виробництва досить актуальні. Оскільки характерною рисою сучасної економіки стала велика кількість збиткових підприємств, зростає потреба у дослідженні причинно-наслідкових зв'язків, пов'язаних із процесом формування прибутку підприємства, ефективністю його використання.

Прибуток підприємства є джерелом власних фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення фінансово-господарської діяльності. Їх нестача спричиняє виникнення боргів, що у кінцевому підсумку може призвести до фінансової кризи і банкрутства. Зростання прибутку значною мірою визначає темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства і підвищення життєвого рівня населення.

Прибуток - узагальнюючий показник фінансових результатів господарської діяльності; визначається як різниця між доходом від господарської діяльності і сумою витрат на цю діяльність.

Прибуток підприємства є перевищення доходів від його діяльності над сумою видатків; він являє собою єдину форму його власних нагромаджень.

Прибуток – це та частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Він характеризує перевищення надходжень над витратами, характеризує мету підприємницької діяльності і береться як головний показник результативності підприємства.

Отриманий підприємством прибуток може бути використаний для задоволення різноманітних потреб. По-перше, він спрямовується на формування фінансових ресурсів держави, фінансування бюджетних видатків. Це досягається вилученням у підприємств частини прибутку в державний бюджет. По-друге, прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів самих підприємств і використовується ними для забезпечення господарської діяльності.

На розмір прибутку впливають дві групи факторів - зовнішні і внутрішні. До зовнішніх факторів відносяться - природні, транспортні та соціально-економічні умови, рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, ціни на виробничі ресурси й ін.

До внутрішніх факторів зміни розміру прибутку відносяться: - основні фактори (обсяг продажу, собівартість продукції, структура продукції і витрат, ціна продукції);

- неосновні фактори, пов'язані з порушенням господарської дисципліни (цінові порушення, порушення умов праці і вимог до якості продукції, шо ведуть до штрафів, економічних санкцій тощо).

З огляду на те , що зовнішні фактори не піддаються регулюванню з боку підприємства, слід більш докладно розглянути основні внутрішні фактори, що впливають на розмір прибутку.

Формування загального прибутку, його збільшення мають важливе значення для кожного підприємства -- суб'єкта господарської діяльності. Джерелами формування прибутків підприємств є операційна, фінансова, інвестиційна та інші види діяльності. Найбільшу питому вагу в структурі прибутків підприємства займає прибуток від операційної діяльності, а саме прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг).

Розподіл прибутку підприємства є важливим економічним важелем, що забезпечує гармонізацію економічних інтересів держави, підприємства як господарюючого суб'єкта ринку, його трудового колективу.

Порядок розподілу прибутку підприємства залежить від чинного законодавства, яке регулює взаємовідносини підприємства з бюджетом, форми власності і організаційно-правового статусу підприємства.

Отриманий підприємством прибуток може бути використаний для задоволення різноманітних потреб. По-перше, він спрямовується на формування фінансових ресурсів держави, фінансування бюджетних видатків. Це досягається вилученням у підприємств частини прибутку в державний бюджет. По-друге, прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів самих підприємств і використовується ними для забезпечення господарської діяльності.

Отже, прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення різних форм інвестування і є мірилом ефективності господарської діяльності підприємств. Прибуток є фінансовим важелем при формування надходжень до державного та місцевого бюджету. Суб'єкт підприємницької діяльності має бути зацікавлений в тому, щоб в конкурентній боротьбі максимізувати прибутки і раціонально його розподілити та використовувати на підприємстві.

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДРИЄМСТВАХ

Холоша А.П., студ. 4 курсу, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н, ст. викладач Конєва І.І.

Фінансова стратегія підприємства - це генеральний план дій по забезпеченню підприємства грошовими засобами, що будується на основі фінансового аналізу, а також оптимізації основних і оборотних коштів, розподілу прибутку, безготівкових розрахунків, податкової і цінової політики, політики в області цінних паперів, прийнято розрізняти генеральну й оперативну фінансові стратегії, головну стратегічну мету, частки стратегічні цілі.

Фінансова стратегія підприємства включає в себе:

- аналіз фінансового стану;
- оптимізацію основних та оборотних засобів;
- розподіл прибутку.

Фінансова стратегія передбачає визначення довгострокових цілей фінансової діяльності та вибір найефективніших способів їх досягнення. Цілі фінансової стратегії мають підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватися на максимізацію прибутку та ринкової вартості підприємства. За розробки фінансової стратегії слід ураховувати динаміку макроекономічних процесів, тенденцій розвитку вітчизняних фінансових ринків,можливостей диверсифікації діяльності підприємства. На підставі фінансової стратегії визначається фінансова політика підприємства за основними напрямками фінансової діяльності: податкова, цінова, амортизаційна, дивідендна, інвестиційна.

У процесі розробки фінансової стратегії особлива увага приділяється виробництву конкурентоспроможної продукції, мобілізації внутрішніх ресурсів, максимальному зниженню собівартості продукції, формуванню та розподілу прибутку, ефективному використанню капіталу підприємства, тощо. Важливе значення для формування фінансової стратегії має врахування факторів ризику.

Розробка фінансової стратегії - це галузь фінансового планування. Як складова частина загальної стратегії економічного розвитку, вона має узгоджуватися з цілями та напрямками останньої. У свою чергу, фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію підприємства. Зміна ситуації на макрорівні та на фінансовому ринку спричиняє коригування як фінансової, так і загальної стратегії розвитку підприємства.

Теорія фінансової стратегії, досліджуючи об'єктивні економічні закономірності ринкових відносин, розробляє форми та способи виживання й розвитку за нових умов.

Фінансова стратегія включає методи та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання. Фінансова стратегія охоплює всі форми фінансової діяльності підприємства: оптимізацію основних та оборотних засобів, формування та розподіл прибутку, грошові розрахунки, інвестиційну політику.

Фінансова стратегія розробляється з урахуванням ризику неплатежів, інфляційних коливань, фінансової кризи, на основі орієнтирів довгострокового розвитку підприємства й, відповідно до основних аспектів його фінансової діяльності, формується фінансова політика.

Завданнями фінансової стратегії є:

- визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей;
- визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками, тощо.
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності;
- вивчення економічних та фінансових можливостей ймовірних конкурентів,розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- розробка способів виходу з кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств

Основними етапами стратегічного планування на підприємстві є: визначення місії підприємства; формулювання стратегічних цілей; аналіз зовнішнього середовища та оцінка актуальності і реальності діяльності підприємства; аналіз потенціалу підприємства, перспектив його розвитку; вибір генеральної стратегії; аналіз стратегічних цілей; розробка функціональних та ресурсних стратегій; впровадження, контроль та оцінка результатів вибраної стратегії.

Таким чином, фінансової стратегії підприємства гарантується, коли фінансові стратегічні цілі відповідають реальним економічним та фінансовим можливостям підприємства, коли чітко централізовано фінансове керівництво, а методи його є гнучкими та адекватними змінам фінансово-економічної ситуації.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Солодовник Ю.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник : к.е.н., доцент Хромушина Л.А.

Однієї з найбільш гострих проблем сучасної України залишається досягнення стабільного економічного росту. До факторів, які безпосередньо впливають на динаміку економічного розвитку, безсумнівно, належить інвестиційна сфера. Інвестиції торкаються самих глибинних основ господарської діяльності, визначаючи процес економічного росту в цілому. У сучасній ситуації інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу України зі стану хронічної економічної кризи, здійснення структурних зрушень у народному господарстві, упровадження сучасних досягнень технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макрорівнях. Активізація інвестиційного процесу є одним з найбільш діючих механізмів подальших соціально-економічних перетворень. В умовах ринкової економіки можливостей для інвестування досить багато. Разом з тим будь-яке підприємство має обмежені вільні фінансові ресурси, доступні для інвестування. Тому постає задача оптимізації інвестиційного портфеля. Інвестиційна діяльність завжди здійснюється в умовах невизначеності, ступінь якої може значно мінятися. Так, у момент придбання нових основних засобів ніколи не можна точно прогнозувати економічний ефект цієї операції. Тому нерідко рішення приймаються на інтуїтивній основі. Прийняття рішень інвестиційного характеру, як і будь-який інший вид управлінської діяльності, ґрунтується на використанні різних формалізованих і неформалізованих методів. Ступінь їхнього сполучення визначається різними обставинами, у тому числі, наскільки менеджер знайомий з наявним апаратом, застосовним у тому чи іншому конкретному випадку. У вітчизняній і закордонній практиці відомий цілий ряд формалізованих методів, розрахунки за допомогою яких можуть бути основою для прийняття рішень в області інвестиційної політики.

Інвестиції як складова будь-якого бізнесу функціонують на підставі прийнятих управлінських рішень. Для прийняття управлінських рішень необхідна інформація, яка, в свою чергу, потребує перевірки та аналітичної обробки. Прийняття інвестиційних рішень передбачає оцінку ефективності інвестицій. Проблема оцінки ефективності інвестицій постійно знаходиться в полі зору теоретиків і практиків. Протягом усієї історії територія сучасної України була переважно сільськогосподарською. Для цього у неї були усі переваги: сприятливі кліматичні умови, родючі ґрунти, вигідні шляхи сполучення, працьовитий народ. Але за останні роки агропромисловий комплекс перетворився в одну із проблемних галузей економіки нашої держави. Структурні реструктуризації, які були покликані створити нового власника на селі, призвели до серйозної фінансової кризи аграрних підприємств. Спочатку всі вироблені види сільськогосподарської продукції були відносно рентабельними. А вже пізніше, з 1997 року рентабельними залишалися в основному виробництво зерна, сої та насіння соняшника, і ті, з рекордно низькими показниками.

Сучасний етап економічного розвитку України ознаменувався переходом від планової командно-адміністративної системи господарювання до ринкових відносин. Процеси планування вкладення капіталу стали прерогативою окремих суб'єктів господарської діяльності АПК, а не центральних органів. Таке розширення можливостей призвело до того, що вітчизняні сільськогосподарські підприємства зіткнулися з певними труднощами в області планування та визначення ефективності інвестицій.

Подальший розвиток аграрного сектору економіки України визначатиметься рівнем інвестиційних можливостей та інвестиційною привабливістю галузі, що в свою чергу, залежить від ефективності інвестиційних процесів у сільському господарстві. Питання фінансування інвестицій та їх раціонального використання особливо важливе в умовах важкого економічного стану багатьох аграрних підприємств.

Конкурентоспроможність аграрного виробництва в будь-якому регіоні України залежить від його інвестиційного забезпечення. Інвестиції потрібні підприємствам і організаціям для переходу до стабільної господарської діяльності та переозброєння виробництва, а також поліпшення якості продукції. Інвестиції є важливим джерелом формування фінансово-кредитних ресурсів країни, усунення локальних диспропорцій. Впровадження оптимального плану розвитку виробництва в сільськогосподарських підприємствах різних виробничих типів сприятиме окупності реальних інвестицій в найкоротші періоди, дозволить збільшити обсяги виробництва і отримати конкурентоспроможну сільськогосподарську продукцію. Основним джерелом інвестицій в найближчі роки мають стати прибутки підприємств, підтримка державного бюджету, кредити банків, залучені кошти працівників підприємств та інші інвестори.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ

Соболь О.О., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник к.е.н., ст. викладач Конєва І.І.

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості та пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності.

Особливого значення набуває своєчасна та об'єктивна оцінка фінансового стану підприємств за виникнення різноманітних форм власності, оскільки жодний власник не повинен нехтувати потенційними можливостями збільшення прибутку (доходу) фірми, які можна виявити тільки на підставі своєчасного й об'єктивного аналізу фінансового стану підприємств.

Актуальним на сьогодні є проведення аналізу виробничої діяльності підприємства, проведення розрахунків та надання рекомендацій щодо покращення ситуації на підприємстві. А також методика і організація процесу використання прибутку та аналізу результатів господарської діяльності підприємства, її вплив на кінцеві результати діяльності.

Прибуток — це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і зазнає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності.

Прибуток — це показник, що формується на мікрорівні. Прибуток народного господарства — це результат діяльності окремих підприємств, галузей економіки, розвитку окремих сфер, структурних зрушень в економіці, змін у порядку обліку фінансових результатів.

Узагальнюючим фінансовим показником діяльності підприємства є його прибуток. Протягом тривалого часу загальна сума отриманого підприємством прибутку визначалась як валовий прибуток. Найбільш повне, на нашу думку, визначення балансового прибутку було дано в статистичному щорічнику України за 1996 рік. "Валовий прибуток - загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, отримана як на території України, так і за її межами, що відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), в тому числі продукції допоміжних і обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також прибуток від орендних (лізингових) операцій, а також позареалізаційних операцій".

Отриманий підприємством прибуток може бути використаний для задоволення різноманітних потреб. По-перше, він спрямовується на формування фінансових ресурсів держави, фінансування бюджетних видатків. Це досягається вилученням у підприємств частини прибутку в державний бюджет. По-друге, прибуток є джерелом формування фінансових ресурсів самих підприємств і використовується ними для забезпечення господарської діяльності.

Суб'єкти підприємницької діяльності, здійснюючи виробничу, комерційну, науково- дослідницьку та іншу діяльність, отримують відповідний фінансовий результат у вигляді прибутку або збитку. Якщо грошові надходження від реалізації продукції та інших видів діяльності є більшими за їх собівартість та інші видатки і витрати, то суб'єкт підприємницької діяльності отримує прибуток, а у випадку перевищення витрат господарської діяльності над виручкою від реалізації продукції та іншими доходами господарюючі суб'єкти одержують збиток.

Прибуток від реалізації продукції основної діяльності у «Звіті про фінансові результати» являє собою різницю між виручкою від реалізації продукції та сумою податків, що надходять в господарство від реалізації продукції, а також собівартістю реалізованої продукції. Прибуток — це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми. Він є об'єктивною економічною категорією. Тому на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту.

Отже, на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

АНТИІНФЛЯЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ

Скрипник Ю.В., к.е.н., доцент

Стабільність цін більшістю економістів вважається однією з необхідних, але недостатніх умов розвинутої економіки. Погляди різних економічних шкіл сходяться в одному – уряд будь якої країни повинен добиватися належного рівня проживання населення, гнучкості власного ринку праці, а також усунення бюджетного дефіциту з метою отримання більшої свободи дій і, у разі потреби, використання фінансових стимулів.

Однак стосовно інфляційних процесів та їх впливу на стан економіки є різні погляди. Інакше кажучи, поки що не існує однозначної думки і недостатньо реальних свідчень на користь уявлення про те, ніби країни з мінімальним рівнем інфляції мають більш високі темпи росту.

Антиінфляційна політика в Україні, що здійснювалася фактично за кейнсіанськими рецептами у першій половині 1994 р., супроводжувалася деяким підвищенням життєвого рівня населення. Однак монетарна політика кінця 1994-1996 рр. привела до його зниження внаслідок різкого скорочення реальних доходів та стрімкого росту заборгованості по зарплаті.

На думку прихильників монетарної політики, одним із її головних позитивних наслідків є створення сприятливого інвестиційного клімату, залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій. Однак не викликає сумніву, що насправді сприятливий інвестиційний клімат забезпечують не стільки низькі темпи інфляції, скільки їх передбачуваність, стабільний політичний і соціальний стан, стимулююча податкова політика, а головною умовою для активізації внутрішніх і зовнішніх інвесторів є стійкість і стабільність банківської системи.

Цілком зрозуміло, що внутрішня інвестиційна активність можлива лише в умовах достатнього платоспроможного попиту населення. Зазначеним умовам монетарна політика на той час не відповідала, що підтверджується статистикою 1995 р.: зниження обсягу капіталовкладень склало 36%.

В той час як Китай орієнтується на залучення головним чином приватних інвестицій, Україна вже давно зробила ставку на одержання кредитів міжнародних фінансових інституцій, які носять абстрактний характер і, як правило, обумовлені виконанням не завжди реальних економічних і політичних вимог.

Відсутність внутрішнього інвестора та іноземних інвестицій виключає створення та ефективне функціонування ринку інвестиційних капіталів. Така економічна ситуація в Україні склалася під впливом багатьох чинників, але головним із них є механічне використання в умовах кризи монетарних рецептів антиінфляційної політики.

Реальною альтернативою антиінфляційних заходам, що проводяться шляхом монетарних обмежень, є активна стимулююча політика держави в кризових умовах, проведена за кейнсіанськими рецептами з урахуванням реальних економічних умов України. Така політика повинна включати цілий комплекс економічних заходів, що виходять за рамки боротьби з інфляцією:

1) державне регулювання цін, особливо в монополізованих секторах економіки;

2) стимулювання платоспроможного попиту населення і грошового забезпечення економіки за рахунок підтримки росту реальних доходів громадян і прибутковості виробництва, а також подальшого погашення заборгованості по зарплаті, розширення монетарної бази з урахуванням міжнародних стандартів і підвищення зарплат у бюджетній сфері;

3) розвиток пріоритетних галузей і підприємств за допомогою грошових ін'єкцій у "критичні точки" економіки, що дають найбільший народногосподарський ефект у довгостроковій перспективі;

4) стимулювання заощадження коштів громадян і накопичення фондів підприємств при зменшенні державного запозичення і заборгованості.

В нинішній час, коли у більшості промислово розвинених країн інфляція знаходиться на рівні 3 відсотків або менше, проблема інфляційних викликів є не на стільки очевидною. Саме у цьому плані розходяться погляди економістів – одні вважають, що слід добиватися повного усунення інфляції, інші допускають послаблення монетарного тиску держави через центральні банки. Інакше кажучи, суть дилеми в тому, що високі темпи інфляції не сприяють економічному росту в країні, але якщо інфляція стабілізується на прийнятному рівні, то чи варто і надалі прагнути до повної стабільності цін.

В нинішній час перед вітчизняною економікою стоїть задача динамізації економічного розвитку та забезпечення сталого економічного росту, основними джерелами якого є оздоровлення в тій чи іншій мірі фінансової ситуації на макро- та макрорівнях, створення передумов для росту інвестиційного попиту, упорядочення зовнішніх запозичень, активізація впливу держави на структурну політику та інвестиційну діяльність.

Залучення прямих іноземних інвестицій має відігравати суттєву роль у стабілізації економіки. Визначаючи позитивну в цілому роль іноземного капіталу у формуванні сучасної галузевої структури, аналітики водночас відзначають прагнення західних інвесторів до монополізації цілих галузей і виробництв. Разом з тим активізація іноземного капіталу супроводжується ростом заборгованості, насамперед через залучення значних кредитних ресурсів.

ВНУТРІШНІ МЕХАНІЗМИ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Бережна М.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец.і «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Закоморна Н.І.

Фінансовий ризик — це ризик не отримати задовільний фінансовий результат. Фінансові ризики є основними в діяльності фінансових інститутів і посідають чільне місце в діяльності підприємницьких структур і пов'язані зі змінами на фінансовому ринку та змінами в економіці.

Ефективна стратегія поведінки в умовах ризику дає змогу суб'єктам фінансового ринку успішно здійснювати свою діяльність і досягати поставлених цілей з найменшими втратами.

В системі методів управління фінансовими ризиками підприємства основна роль належить внутрішнім механізмам їх нейтралізації, що являють собою систему методів мінімізації їх негативних наслідків, які обираються і здійснюються в рамках самого підприємства. Основним об'єктом використання внутрішніх механізмів нейтралізації являються, як правило всі види допустимих фінансових ризиків, значна частина ризиків критичної групи, а також не страховані катастрофічні ризики, якщо вони приймаються підприємством в силу об'єктивної необхідності.

Система внутрішніх механізмів нейтралізації фінансових ризиків передбачає використання наступних основних методів:

1. Уникнення ризику. Полягає в розробці таких мірроприємств внутрішнього характеру, які повністю виключають конкретний вид фінансового ризику. До числа основних із таких мірроприємств відносяться:

а) відмова від здійснення фінансових операцій, рівень ризику по яким надмірно високий;

б) відмова від використання в високих об'ємах позичкового капіталу;

в) відмова від надмірного використання оборотних активів в низько ліквідних формах.

2. Лімтування концентрації ризику. Механізм лімітування концентрації фінансових ризиків використовується за звичай по тим їх видам, які виходять за межі допустимого їх рівня, тобто по фінансовим операціям, здійснюваним в зоні критичного чи катастрофічного ризику. Таке лімітування реалізується шляхом встановлення на підприємстві відповідних внутрішніх фінансових нормативів в процесі розробки політики здійснення різних аспектів фінансової діяльності.

3. Хеджування фінансових ризиків шляхом здійснення відповідних операцій з похідними цінними паперами є високоефективним механізмом зменшення можливих фінансових втрат при настанні випадку ризику. Проте воно вимагає певних затрат на виплату комісійної винагороди брокерам, премій по опціонам тощо. Але рівень цих затрат значно нижчий, ніж рівень затрат за зовнішнім страхуванням фінансових ризиків. Різноманітні форми хеджування фінансових ризиків вже отримали поширення в практиці вітчизняного ризик-менеджменту.

4. Диверсифікація. механізм диверсифікації використовується перш за все для нейтралізації негативних фінансових наслідків несистематичних (специфічних) видів ризиків. Разом з тим він дозволяє мінімізувати в певному ступені систематичних (специфічних) ризиків – валютного, процентного і деяких інших. Принцип дії механізму диверсифікації базується на розмежуванні ризиків, що перешкоджає їх концентрації.

5. Розподіл ризиків. Механізм цього напряму нейтралізації фінансових ризиків базується на власному їх трансферті (передачі) партнерам за окремими фінансовими операціями. При цьому господарським партнерам передається та частина фінансових ризиків підприємства, за якою вони мають більше можливостей в нейтралізації їх негативних наслідків і мають ефективніші способи внутрішнього страхового захисту.

6. Самострахування (внутрішнє страхування). Механізм цього напрямку нейтралізації фінансових ризиків базується на резервуванні підприємством частини фінансових ресурсів, що дозволяє побороти негативні фінансові наслідки по тим фінансовим операціям, за якими ці ризики не пов'язані з діями контрагентів.

7.Інші методи внутрішньої нейтралізації фінансових ризиків. До числа основних із таких методів, використовуваних підприємством, можуть бути віднесені:

а) забезпечення права вимагати з контрагента по фінансовій операції додаткового рівня премії за ризик.

б) отримання від контрагентів певних гарантій.

в)забезпечення компенсації можливих фінансових втрат по ризикам за рахунок передбачуваної системи штрафних санкцій.

Отже, всі ці заходи будуть закладом підвищення виручки , а також прибутку на необхідну величину, що дозволить підвищити рентабельність капіталу.

ОРГАНІЗАЦІЯ КРЕДИТНИХ РОЗРАХУНКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Акулов Є.О., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Терещенко С.І.

Діяльність підприємства в системі ринкової економіки неможлива без періодичного використання різноманітних форм залучення кредитів.

З економічного погляду кредит - це форма позичкового капіталу (в грошовій або товарній формах), що надається на умовах повернення і обумовлює виникнення кредитних відносин між тим, хто надає кредит, і тим, хто його отримує.

Загальноекономічною причиною появи кредитних відносин є товарне виробництво. Основою функціонування кредиту є рух вартості у сфері товарного обміну, в процесі якого виникає розрив у часі між рухом товару і його грошовим еквівалентом, відбувається відокремлення грошової форми вартості від товарної. Якщо рух товарних потоків випереджає грошовий, то підприємства - споживачі товарів із настанням моменту плати за них не завжди мають достатні кошти, що може зупинити нормальний процес відтворення. Коли рух грошових потоків випереджає товарні, то на підприємствах нагромаджуються тимчасово вільні кошти.

Отже, кредит необхідний і для підтримування кругообороту фондів діючих підприємств, що обслуговують процес реалізації продукції.

Об'єктами довгострокового та середньострокового кредитування є капітальні вкладення, пов'язані з реконструкцією підприємства, його технічним переозброєнням, упровадженням нової техніки, удосконаленням технології виробництва, та інші витрати, що приводять до збільшення вартості основних засобів. До таких кредитів підприємства вдаються, якщо відчувають брак власних коштів, призначених на ці цілі, а саме: прибутку й амортизаційних відрахувань.

Використання різноманітних форм кредитування підприємства прискорює рух грошових і матеріальних ресурсів та сприяє підвищенню ефективності фінансово-господарської діяльності.

КЛАСИФІКАЦІЯ КРЕДИТІВ, ЩО НАДАЮТЬСЯ ПІДПРИЄМСТВАМ

Кредити, що їх можуть отримати підприємства, класифікуються за такими ознаками:

- за кредиторами;
- за формами та видами;
- за метою використання;
- за терміном надання;
- за забезпеченням;
- за порядком надання.

Кредиторами підприємств можуть бути:

* банки та спеціалізовані фінансово-кредитні Інститути (банківський, лізинговий кредити);
* підприємства (комерційний кредит);
* держава (державний кредит, який надається через уповноважені банки);
* міжнародні фінансово-кредитні установи (відкриття кредитних ліній через уповноважені банки).

До видів кредитів належать:

* банківський;
* комерційний;
* державний;
* лізинговий.

Банківський кредит - це економічні відносини між кредитором та позичальником з приводу надання коштів банком підприємству на умовах терміновості, платності, повернення, матеріального забезпечення. Банківський кредит надається суб'єктам господарювання всіх форм власності на умовах, передбачених кредитним договором.

Комерційний кредит - це економічні, кредитні відносини, які виникають між окремими підприємствами.

Державний кредит - це економічні, кредитні відносини між державою та суб'єктами господарювання.

Лізинговий кредит - це стосунки між суб'єктами господарювання, які виникають за орендування майна (майновий кредит або лізинг-кредит).

До послуг кредитного характеру, що надаються банками підприємствам, належить факторинг — система фінансування, за умовами якої підприємство—постачальник товарів переуступає короткострокові вимоги за торговельними операціями комерційному банку. Факторингові операції включають: кредитування у формі попередньої оплати боргових вимог; ведення бухгалтерського обліку клієнта, зокрема обліку реалізації продукції; інкасацію заборгованості клієнту; страхування його від кредитного ризику.

Отже можемо зробити висновок: в сучасних умовах неможливо отримати значні прибутки не піддаючись впливу значного ризику, тому в більшості випадків ціллю підприємства повинно бути не усунення ризику, а розробка методів та прийомів, які дозволять його контролювати.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

Столбун А.Ю., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси і кредит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Косодій Р.П.

В економічній теорії донині немає єдиної думки про суть і значення категорії ефективності. Різноманітність поглядів стосовно ефективності пов'язана також із характеристикою численних форм вираження ефекту і форм вияву необхідних для його створення витрат.

Забезпечення певних темпів розвитку і підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та кращого використання діючих основних фондів і виробничих потужностей підприємств. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтриманню

належного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого, — дозволяють збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої амортизації та витрат на обслуговування виробництва і його управління, підвищувати фондовіддачу і прибутковість.

Система показників, яка всебічно може характеризувати ефективність основних фондів, охоплює два їх блоки: перший — показники ефективності відтворення окремих видів і всієї сукупності засобів праці; другий — показники рівня використання в цілому і окремих видів основних фондів.

Необхідність виокремлення у самостійну групу показників відтворення засобів праці, які характеризують процес їх руху, технічний стан та структуру, обумовлена тим, що відтворювальні процеси істотно і безпосередньо впливають на ступінь ефективності використання застосовуваних у виробництві машин, устаткування та інших знарядь праці.

Забезпечення певних темпів розвитку і підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та кращого використання діючих основних фондів і виробничих потужностей підприємств. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтриманню належного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого, — дозволяють збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої амортизації та витрат на обслуговування виробництва і його управління, підвищувати фондовіддачу і прибутковість.

Показники, що характеризують рівень ефективності використання основних фондів, об'єднуються в окремі групи за ознаками узагальнення і охоплення елементів засобів праці. Економічна суть більшості з них зрозуміла за їх назвою. Показники, зміст яких нечітко відображений у їх назві, характеризують ось що:

• коефіцієнт змінності роботи устаткування — відношення загальної кількості відпрацьованих машинозмін за добу до числа встановленого устаткування;

• напруженість використання устаткування (виробничих площ) — випуск продукції в розрахунку на одиницю устаткування (загальної або виробничої площі);

• коефіцієнт інтенсивного навантаження устаткування — відношення кількості виготовлених виробів за одиницю часу до технічної (паспортної) продуктивності відповідного устаткування.

Головною ознакою підвищення рівня ефективного використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства є зростання обсягу виробництва продукції. Кількість же виробленої продукції при наявному розмірі виробничого апарату залежить, з одного боку, від фонду часу продуктивної роботи машин і устаткування протягом доби, місяця або року, тобто їх екстенсивного завантаження, а з другого, — від ступеня використання знарядь праці за одиницю часу (інтенсивного навантаження). Отже, всю сукупність технічних, організаційних та економічних заходів щодо кращого використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства за їх змістом та призначенням умовно можна поділити на дві групи: перша — збільшення екстенсивного завантаження; друга — підвищення інтенсивного навантаження. Виділені групи складають головні напрямки більш ефективного використання основних фондів і виробничих потужностей підприємства, кожний з яких охоплює певну кількість конкретизованих заходів, або шляхів

При цьому треба відзначиш дві важливі обставини. По-перше, якщо екстенсивне завантаження машин і устаткування можна підвищувати до певного рівня, обмеженого календарним фондом часу, то можливості підвищення інтенсивного навантаження устаткування, його продуктивності практично не є такими вичерпними. По-друге, здійснення заходів екстенсивного напрямку, як правило, не потребує капітальних витрат, а підвищення рівня інтенсивного використання виробничого апарату зв'язане зі значними інвестиціями; проте останні порівняно швидко скуплюються за рахунок одержуваного внаслідок.

Отже, ефективність − багатоаспектне й багатогранне поняття, одне з базових, основоположних економічних категорій, що пов'язане передусім з обмеженістю наявних ресурсів і необмеженістю людських потреб.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Муквич В.О., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Фінанси та кредит»
Науковий керівник: к.е.н. Соколенко Л.Ф.

В умовах переходу вітчизняної економіки до ринкових відносин головним орієнтиром і критерієм розвитку підприємницької діяльності підприємств є одержання максимального прибутку, який акумулює в собі результати всіх напрямків їхньої діяльності. Сьогодні поряд з іншими економічними й соціальними проблемами як і раніше залишається актуальним питанням функціонування вітчизняних підприємств, отже, і питання їхньої прибутковості. Одним з найважливіших показників підприємств аграрного сектора економіки України є фінансовий результат діяльності. Фінансовими результатами є ефективність використання виробництва, що виражається у вартісній (грошовій) формі.

Фінансові результати діяльності підприємств характеризуються такими економічними показниками, як валовий і чистий дохід, прибуток. У цілому прибуток підприємства в умовах ринкових відносин дозволяє не тільки створити умови для ефективної діяльності, а певною мірою забезпечує повне та гармонічне задоволення різнобічних і зростаючих потреб суспільства.

Прибуток є найважливішим показником, який узагальнено характеризує виробничо-фінансову діяльність підприємства. В отриманому прибутку відображається виконання таких важливих якісних показників, як підвищення продуктивності праці, зниження собівартості та підвищення якості продукції, використання виробничих фондів. Прибуток є основним джерелом розширення основних і оборотних фондів, дієвим фактором, який стимулює (шляхом створення та використання фондів економічного стимулювання) до досягнення якомога вищих показників виробництва, джерелом доходів Державного бюджету. Максимізація прибутку та мінімізація збитку - одна з цілей діяльності будь-якого підприємства. Тому особлива увага в ході аналізу фінансових результатів приділяється виявленню резервів зростання прибутку і, відповідно, зменшення збитку.

Можна надати наступні *пропозиції* аграрним підприємствам щодо удосконалення управління фінансовими результатами:

1. Удосконалювати структуру виробництва відповідно потреб ринку, забезпечувати оптимальне сполучення галузей в рамках внутрішньорайонної спеціалізації;

2. Здійснювати впровадження інформаційних систем і програмного забезпечення в облік і управління на основі програми «1 С: Бухгалтерія 7.7»;

3. Удосконалити обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовими ресурсами та фінансовими результатами, передбачити в складі облікового апарату посаду бухгалтера-аналітика, який здійснюватиме управлінський облік з метою забезпечення менеджменту необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень і запровадження антикризового управління;

4. Рекомендувати районному управлінню агропромислового розвитку надавати консультативну допомогу та забезпечувати бухгалтерів аграрних підприємств інформацією про стан активно діючого регіонального ринку та формування справедливої ціни на біологічні активи для визначення фінансових результатів з урахуванням вимог П(С)БО 30. Задача максимізації прибутку заключається в тому, щоб визначити стан динамічної рівноваги між попитом і пропозицією, а також визначити рівноважну ціну і відповідний обсяг продаж. Ефективне використання ціни як одного із основних елементів маркетингового інструментарію потребує використання методичного підходу до оцінки економічної ефективності цінової політики ще на стадії її розробки. Даний методичний підхід дає можливість підприємству відповідним чином зорієнтувати свою діяльність при реалізації продукції на ринку в довгостроковій та короткостроковій перспективі. Про усвідомлення значущості збільшення його показників свідчить низка нормативно-правових актів, прийнятих на найвищому державному рівні і спрямованих на підвищення ефективності функціонування як підприємств взагалі, так і держави в цілому. Проте без належного науково прикладного забезпечення, розв'язати існуючі проблеми з поліпшення обліково-аналітичного забезпечення управління прибутковістю підприємств неможливо. Тому проведення наукових досліджень, спрямованих на підвищення фінансових результатів в умовах економічної кризи викликає практичний інтерес і є надзвичайно актуальним. Отже визначення сутності процесу управління формуванням фінансових результатів як складової загального процесу управління підприємством дозволило систематизувати основні цілі цих процесів у їх взаємозв'язку. Перевагою сформульованих підлеглих цілей управління фінансовими результатами є можливість їх кількісного визначення у вигляді планових показників або цільових нормативів, які можуть виступати в якості критеріальних оцінок при виборі альтернативних варіантів у процесі прийнять господарських рішень, які дають можливість контролювати хід та результат процесу реалізації ухваленого рішення.

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЇХ СУТЬ ТА ФОРМУВАННЯ

Білоног Л.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Фінанси»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Максимова Н.О.

Сільське господарство має вирішальне значення для економіки України, оскільки тут створюється біля третини валового внутрішнього продукту та тому, що ця галузь є сировинною базою переробної, харчової, легкої промисловості та інших галузей національної економіки. А з огляду на те, що продукція сільськогосподарського виробництва в основній своїй масі – це товари повсякденного споживання, ця галузь є найбільш значимою у народногосподарському комплексі, забезпечує продовольчу безпеку держави.

Будь-яке підприємство, незалежно від форми господарювання та виду діяльності, спирається у процесі функціонування на певну суму грошових коштів. Ці кошти живлять підприємство, дають йому змогу вільно розвиватись. При цьому вони безперервно обертаються, перебуваючи в грошовій чи товарній формі. Швидкість та масштаби руху коштів значною мірою визначають успішність розвитку підприємства, рівень його конкурентоспроможності на ринку.

Такої ж думки притримуються О.М. Бандурка та М.Я. Коробов: "Фінансові ресурси – це централізовані і децентралізовані грошові фонди цільового призначення, які формуються у процесі розподілу і перерозподілу національного багатства". Тут виникають певні труднощі стосовно застосування даного твердження щодо діяльності сучасних підприємств. На сьогодні підприємство не може спочатку формувати спеціальні фонди із отриманих коштів, а вже потім їх вкладати в реальні основні і оборотні засоби. Чим швидше підприємство пустить в оборот кошти, тим більш у величину доходу і прибутку воно може отримати в майбутньому. Кожна втрачена хвилина може вилитись підприємству у небажані збитки або недоотримані прибутки.

Управління фінансовими ресурсами будь-якого підприємства здійснюється шляхом розробки та втілення фінансової політики, що повинна бути розроблена як довготермінова, в якій розставлені цілі і пріоритети для кожного рівня управління і етапу розвитку сільськогосподарського виробництва. Фінансова політика є складовою частиною економічної політики, а тому покликана розв’язувати задачі пошуку, концентрації, акумулювання фінансових ресурсів та їх розподілу відповідно до напрямків розвитку підприємства,що не суперечать загальній економічній політиці. Єдина фінансова політика підприємства розробляється на рівні вищого керівництва, в ній визначаються джерела фінансових ресурсів та їх розподіл в межах даного підприємства. Базою для розробки ефективної фінансової політики є відповідна зовнішня та внутрішня інформація.

Професійне управління фінансами сільськогосподарських підприємств вимагає глибокого аналізу фінансових ресурсів, що дасть змогу найточніше оцінити забезпеченість, інтенсивність та ефективність їх використання.

Показники прибутковості (рентабельності) дають змогу оцінити ефективність використання фінансових ресурсів, що визначається співвідношенням чистого прибутку, визначуваного різними способами, з сумою активів, використаних для отримання цього прибутку. Показники прибутковості формуються залежно від фокусу дослідження ефективності. Виходячи з їх мети аналізу, формуються компоненти показника: обсяг прибутку (чистий, операційний, прибуток до виплати податку) і розмір активу, або капіталу, які породжують цей прибуток.

Основою фінансів підприємств є формування фінансових ресурсів, отримання і розподіл доходів з метою забезпечення виробництва. Недостатність ресурсів веде до падіння виробництва, а їх відсутність до його припинення. Існує два основних типи ситуації, за яких приймаються рішення. Перший, це ситуація визначеності, коли вибір фінансової стратегії з множини можливих альтернатив завжди призводить до відомого, раніш визначеного наслідку. Другий тип ситуації є невизначеним, коли конкретна фінансова стратегія може привести до будь-якого наслідку з відомої множини наслідків.

Основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємств є власні та залучені кошти. До власних належать: статутний капітал, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток. До залучених – отримані субсидії, кредити, пайові та інші внески, кошти мобілізовані на фінансовому ринку.

У процесі формування фінансових ресурсів підприємств важливу роль відіграє визначення оптимальної структури їхніх джерел. Підвищення питомої ваги власних коштів позитивно впливає на фінансову діяльність підприємств. Висока питома вага залучених коштів ускладнює фінансову діяльність підприємства та потребує додаткових витрат на сплату відсотків за банківські кредити, дивіденди за акціями, відсотків за облігаціями, зменшує ліквідність балансу підприємства, підвищує фінансовий ризик. Тому в кожному конкретному випадку необхідно детально аналізувати доцільність залучення додаткових фінансових ресурсів з урахуванням фінансових ризиків.

Отже, удосконалення управління фінансовими ресурсами підприємств 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.

ОЦІНКА ТА ПЕРЕОЦІНКА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Крючко Т.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Полятикіна Л.І.

Проблема переоцінки основних засобів є наслідком іншої, більшої проблеми вибору оцінки основних засобів для нарахування амортизації. Базою для нарахування амортизації в більшості розвинених країн світу є первісна вартість основних засобів. За сучасних умов доводиться вдаватися до нарахування амортизації не на суму первісної вартості, а на суму переоціненої вартості. Це пов'язано з інфляційними процесами, що відбуваються в українській економіці.

Переоцінка основних засобів – це доведення їх залишкової вартості до справедливої. Справедлива вартість основних засобів у більшості випадків – це їх ринкова вартість. Адміністрація підприємства насамперед зацікавлена у визнанні справедливої вартості об'єктів основних засобів. Саме підприємство визначає за ринковою вартістю справедливу вартість окремих об'єктів основних засобів.

Для обліку результатів переоцінки об'єкта основних засобів використовують індекс переоцінки, що визначається діленням справедливої вартості об'єкта, що переоцінюється, на його залишкову вартість. Дооцінка проводиться, якщо індекс перевищує одиницю, уцінка – якщо він менший одиниці.

Сума уцінки основних засобів відноситься на інші витрати згідно з п. 19 П(С)БО 7, при умові, що попередньої дооцінки вартості основних засобів не було. При вибутті об'єктів основних засобів, які раніше були переоцінені, перевищення сум попередніх до оцінок над сумою попередніх уцінок залишкової вартості цього об'єкта основних засобів включається до складу нерозподіленого прибутку з одночасним зменшенням додаткового капіталу.

Чергова дооцінка основних засобів включається до складу доходів звітного періоду на підставі п. 20, частини першої П(С)БО з відображення різниці між сумою чергової дооцінки і перевищенням суми попередньої уцінки над сумою попередніх дооцінок.

Якщо залишкова вартість об'єктів основних засобів дорівнює нулю, то переоцінена залишкова вартість такого об'єкта визначається додаванням справедливої вартості до первісної вартості без зміни суми зносу об'єкта.

При здійсненні переоцінки основних засобів, зменшення та відновлення їх корисності необхідно також ураховувати суттєвість доходів і витрат, що при цьому виникають. Постійне проведення переоцінки об'єктів основних засобів є необхідною умовою раціональної організації їх обліку та правильності відображення їх в облікових регістрах.

Велике значення для об'єктивної характеристики ресурсів підприємства та результатів фінансово-господарської діяльності підприємства його оцінки майнових статей балансу має достовірна оцінка основних засобів, що дає змогу встановити те, чим володіє власник та провести аналіз фінансової стійкості підприємства.

Єдиний принцип грошової оцінки основних засобів за первинною, переоціненою та справедливою вартістю є необхідною умовою об'єктивності їх обліку.

До негативних наслідків може призвести неправильна оцінка основних засобів, а саме неточне обчислення амортизації, а як наслідок відпускних цін та собівартості продукції, робіт, послуг.

Отже, на основі вищевикладеного, на нашу думку, можна зробити висновок про те, що застосування в практиці порядку переоцінки основних засобів може носити опційний характер і залежить від багатьох факторів, але вибір залишається за підприємством.

ПОМИЛКИ І ШАХРАЙСТВА, ВИЯВЛЕНІ АУДИТОРОМ: ДОКУМЕНТАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Дегтяренко А.В., асистент

Аудит як моніторингова система складається із сукупності елементів, через застосування яких визначається достовірність даних бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Нормативне регулювання елементів аудиту дуже добре викладене в міжнародних стандартах аудиту та в національному законодавстві. Однак, з методологічної точки зору висувається багато питань до відображення в робочій документації виявлених аудитором помилок та шахрайств.

При здійснені перевірки, аудитор стикається із невідповідністю даних в первинних документах із даними в регістрах аналітичного та синтетичного обліку, у фінансовій звітності. Ці невідповідності є наслідками помилки або шахрайства, і для їх виявлення аудитор має застосовувати певні аудиторські процедури, відображені в робочих документах. Слід також пам'ятати, що у відповідності до Міжнародного стандарту аудиту 240: «Аудиторські процедури, ефективні для виявлення помилок, можуть бути неефективними для виявлення шахрайства». Отже, головний критерій при систематизації робочих документів аудитора слід позначити саме на основі цього твердження.

Помилки на відміну від шахрайства не є результатом навмисних дій персоналу підприємства, що перевіряється, тому їх ніхто не прагне приховувати, а відтак і знайти їх аудитору значно легше. Помилки виникають під час арифметичного розрахунку певних обліковий показників або перенесення бухгалтерської інформації із одного облікового регістра в інший. В умовах комп'ютеризованого обліку помилки можуть виникати під час введення інформації оператором в базу даних, й за умов правильного налаштування автоматизації облікових процесів арифметичні помилки практично є неможливими. Отже, аудитор застосовує різні набори робочих документів в таких випадках.

Наприклад, при аудиті основних засобів для перевірки правильності нарахування амортизації в умовах некомп'ютеризованого аудитор складає відомість відхилень, де ключовими графами будуть «відображено в обліку» та «нараховано за даними аудиту» по максимально можливій за даних обставин вибірці об'єктів основних засобів. В умовах комп'ютеризації аудитору достатньо буде або при достатній обізнаності самостійно, або звернувшись до послуг іншого спеціаліста (обслуговуючого програму фахівця-програміста) перевірити математичну достовірність закладеної в програму формули нарахування амортизації відповідно до методу, прописаного в наказі про облікову політику; потім перерахувавши амортизацію лише по одному об'єкту основних засобів, зробити висновок про правильність нарахування амортизації по всіх об'єктах основних засобів.

Аналогічну схему дій аудитор використовує під час перевірки резерву сумнівних боргів, списання виробничих запасів, віднесення на об'єкти обліку загальновиробничих витрат тощо. Але за підозри щодо шахрайства така схема навряд чи буде дієвою, оскільки в умовах некомп'ютеризованого обліку існуватиме вірогідність непотрапляння у вибірку об'єктів основних засобів, дані щодо яких спотворені; в умовах комп'ютеризації існуватиме можливість втручання в програму з метою спотворення певної частини бази даних. В такому разі аудиторові слід адекватно оцінити аудиторський ризик (в даному випадку ризик невиявлення) та застосувати інший набір аудиторських процедур, й відповідно розширити склад робочих документів.

Слід зауважити, що використовуючи Міжнародний стандарт аудиту 240 «Відповідальність аудитора за розгляд шахрайства під час аудиту фінансових звітів» аудитор може лише за формальними ознаками віднести ту чи іншу операцію до шахрайства, водночас зрозумілої класифікації шахрайств цей стандарт не містить. Звідси постає потреба в звернені до науковців з цього питання. Так, з нашої точки зору найвдалішою є класифікація шахрайств, надана Алборовим Р.А., який у своєму навчальному посібнику дає поділ шахрайств на наступні види:

- маніпуляція обліковими записами (навмисне використання неправильних (некоректних) бухгалтерських проводок або сторнуючих записів з метою перекручування даних обліку і звітності);
- фальсифікація бухгалтерських документів і записів (оформлення свідомо неправильних або фальшивих документів бухгалтерського обліку (авізо, рахунків, векселів тощо) і записів на рахунках бухгалтерського обліку, що спотворюють істину);
- знищення результатів господарських операцій (сторнування запису, аналогічні за змістом і сумами основним бухгалтерським проводкам);
- неадекватні записи в обліку (відображення фінансової інформації в системі рахунків у неповному обсязі (непотрібні виправлення в книгах і рахунках бухгалтерського обліку, порушення кореспонденції рахунків, неповні файли, невідбиті в обліку господарські операції));
- незвичайні операції (разові угоди і господарські операції регулюючого або змушеного характеру, платежі за роботи і послуги, що представляються зайвими або надмірними).

Тому і аудиторські процедури в першу чергу спрямовуються на тестування системи внутрішнього контролю за допомогою відповідних тестів. Узагальнено такі тести складаються у вигляді переліку питань з можливими варіантами відповідей: «Так», «Ні», «Інформація відсутня». Питання задаються керівництву, головному бухгалтеру, працівникам бухгалтерії та іншим особам, до обов'язків яких входять контрольні функції.

ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ КОНТРОЛЕРІВ

Гончар В.П., ст. викладач

Останніми роками в системі державної контрольно-ревізійної служби (далі – ДКРС) почали відбуватись суттєві зміни. Необхідність реформування назріла вже давно. Ідеологія контрольної системи зразка радянських часів не може відповідати новим потребам економіки.

Ревізорів в нашій країні ніколи не любили, але суспільство завжди відносилось з повагою і надією на їх чесність і принциповість у виявленні правопорушень. На тлі загальної корумпованості в державі, знецінення моральних принципів в суспільстві, відбулось зниження довіри і до діяльності державних контролерів. Одним із заходів удосконалення і підвищення якості державного фінансового контролю і довіри до нього стало впровадження Загальних моральних принципів професійної діяльності працівників ДКРС (Кодексу етики), які розроблено на підставі Міжнародного кодексу етики контролерів (аудиторів) державного сектора, прийнятого на XVI конгресі INTOSAI в 1998 році,

Кодексом етики передбачається, що дотримання працівниками ДКРС морально-етичних принципів повинно забезпечувати почуття довіри, впевненості і поваги по відношенню до органів ДКРС зі сторони громадськості, законодавчої і виконавчої влади. Таке ставлення зі сторони суспільства працівники ДКРС повинні підтримувати не тільки ставленням до виконання своїх професійних обов'язків, а і своєю поведінкою та зовнішнім виглядом.

Основними етичними принципами є сумлінність, незалежність і об'єктивність, конфіденційність та компетентність.

Сумлінність, згідно Кодексу, є основною цінністю етики працівника ДКРС. Цей принцип передбачає належне дотримання правил професійної поведінки, дотримання принципів державної служби, визначених Законом України «Про державну службу».

Незалежність, об'єктивність та неупередженість. Працівники ДКРС повинні бути незалежними від підконтрольних об'єктів. При цьому своїми діями вони повинні забезпечувати не тільки фактичне дотримання принципу, а також усвідомлення цього іншими людьми. Контролери-ревізори і державні аудитори повинні об'єктивно оцінювати факти господарського життя підконтрольних об'єктів, чесно і неупереджено висвітлювати факти правопорушень і висловлювати свою думку в актах, звітах, довідках та інших офіційних документах.

Працівники ДКРС повинні утримуватись від будь-якої іншої професійної діяльності і уникати конфлікту інтересів, під яким розуміється протиріччя між приватними інтересами працівника ДКРС і його професійними обов'язками. В Кодексі етики підкреслюється, що державна служба не сумісна з корумпованістю та хабарництвом. Працівникам ДКРС необхідно уникати особистих стосунків з керівництвом підконтрольних об'єктів, можливого тиску або впливу на їх думку, висновок чи рішення. Крім того, працівникам ДКРС не рекомендується членство у політичних партіях. ДКРС декларує свій політичний нейтралітет, щоб забезпечити незалежність свого функціонування від будь-якого політичного впливу, що є особливо актуальним для України.

Принцип конфіденційності або професійної таємниці означає ненадання третім особам інформації, отриманої працівниками ДКРС в ході проведення контрольних заходів. Працівник зобов'язаний дотримуватися державної, комерційної та службової таємниці. Виключення складають випадки, в яких розголошення інформації прямо передбачене діючим законодавством.

Дотримання принципу компетентності вимагає від працівників ДКРС чітко усвідомлювати свої професійні обов'язки і не займатись діяльністю, яка виходить за межі їх компетентності. З іншої сторони, працівники ДКРС мають вживати всіх заходів для того, щоб їх знання, навички та досвід відповідали встановленим вимогам. Цього необхідно досягати шляхом вивчення відповідних національних і міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, аудиту, відвідування семінарів, курсів підвищення кваліфікації, участі в наукових конференціях, симпозіумах та шляхом самоосвіти.

В Кодексі етики визначено, що він являє собою задекларовану в принципах систему моральних цінностей, які поділяються всіма працівниками ДКРС і щодо яких ними добровільно взяті зобов'язання на їх дотримання у професійній діяльності. Нажаль, проголошення того, що всі працівники ДКРС поділяють зазначені принципи і добровільно зобов'язуються їх дотримуватись є формальним лозунгом. Якщо була б одностайна згода і добровільність, не було б в Кодексі положень про обов'язкове ознайомлення з документом кожного працівника ДКРС під особистий підпис в спеціальному журналі, положень про внутрішній контроль за дотриманням норм Кодексу та відповідальність за недотримання таких норм. Але, на нашу думку, навіть формальне проголошення таких принципів – орієнтирів для професійної діяльності і поведінки працівників ДКРС є позитивним і необхідним кроком в оздоровленні і підвищенні ефективності контрольно-ревізійної роботи. Наступним кроком, після обов'язкового підпису в спеціальному журналі, має бути заохочення працівників ДКРС до дійсно добровільного сприйняття і застосування принципів Кодексу етики в своїй діяльності. Мотивація тут може бути різною – матеріальна, моральна або комбінована. Але, в першу чергу, необхідний особистий приклад керівництва ДКРС по застосуванню морально-етичних принципів.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК КАПІТАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ВИТРАТ

Теслюк В.М., ст. викладач

Наказом Міністерства фінансів України від 04.09.2010р. № 1085 затверджені зміни до П(С)БО 31 «Фінансові витрати», суть яких полягає у застосуванні підприємствами України з 2011 року єдиного методу обліку фінансових витрат, тобто включення (капіталізацію) фінансових витрат до первісної вартості активу (основних засобів).

До фінансових витрат відносяться витрати, пов'язані з обслуговуванням позикового капіталу коштів, які на умовах платності й повернення залучає підприємство для забезпечення певних заходів і виконання зобов'язань. На такі запозичення нараховуються позикодавцями відсотки.

Фінансові витрати (відсотки) можуть включатися до первісної вартості лише кваліфікаційного активу, яким є актив, що потребує суттєвого часу для його створення.

Міністерство фінансів України листом від 01.06.2006р. № 31-3400-10-5/11601 рекомендувало вважати суттєвим період для створення кваліфікаційного активу, що становить більш як три місяці.

Отже, відсотки за користування кредитом вподовж будівництва відображають за дебетом рахунку 95 «Фінансові витрати» і кредитом субрахунку 684 «Розрахунки за нарахованими відсотками», та одночасно за дебетом субрахунку 151 «Капітальне будівництво» і кредитом рахунку 95. Капіталізація фінансових витрат починається (тобто відсотки за користування позиками включаються до собівартості кваліфікаційного активу) в тому періоді, в якому визнано витрати на створення цього кваліфікаційного активу та фінансові витрати, що пов'язані з його будівництвом (створенням).

Якщо отримано кредит для придбання сільгосппідприємством пального, добрив, засобів захисту рослин чи інших виробничих запасів призначених для виробництва сільськогосподарської продукції, відсотки за користування таким кредитом мають бути включені тільки до фінансових витрат поточного звітного періоду, тобто вони не капіталізуються, оскільки період придбання згаданих виробничих запасів навіть не наближається до 3-х місяців, тобто ця позика прямо отримана для придбання активу, який не можна визнати кваліфікаційним.

У разі отримання кредиту підрядною будівельною організацією для будівництва замовнику кваліфікаційного активу сума фінансових витрат (відсотків за це запозичення) включається до собівартості незавершеного виробництва (будівництва) такого об'єкту, яка визначається множенням норми капіталізації фінансових витрат на середньозважені витрати на створення кваліфікаційного активу такою кореспонденцією: дебет рахунку 95 і кредит субрахунку 684; одночасно дебет рахунку 23 «Виробництво» і кредит рахунку 95. При цьому слід мати на увазі, що в аналітичному обліку по рахунку 23 запис робиться на визначену суму капіталізації фінансових витрат по даному об'єкту на статтю витрат «Інші прямі витрати».

Капіталізація фінансових витрат до собівартості створюваного кваліфікаційного активу припиняється після завершення робіт зі створення такого активу (після введення в експлуатацію об'єкта основних засобів, по закінченню виконання будівельно-монтажних робіт у підрядника та призупиняється на період, у якому на суттєвий час припинилося виконання робіт зі створення кваліфікаційного активу), тобто всі фінансові витрати у цей період відносять на рахунок 95 з послідуючим їх списанням на рахунок 79 «Фінансові результати».

Приклади визначення суми фінансових витрат, що підлягають включенню до собівартості кваліфікаційного активу, наведені в додатку 2 П(С)БО 31. Цим же положенням пункт 15 передбачено, що підприємства (крім малих підприємств), які включили до первісної вартості основних засобів, довгострокових біологічних активів у складі річної фінансової звітності подають інформацію про випадки, причини і тривалість припинення, виконання робіт зі створення кваліфікаційних активів і припинення капіталізації фінансових витрат та про суму фінансових витрат, включених у звітному році до собівартості кваліфікаційних активів.

Механізм застосування П(С)БО 31 та типова кореспонденція рахунків бухгалтерського обліку за операціями з фінансовими витратами описані у Методичних рекомендаціях бухгалтерського обліку фінансових витрат, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 01.11.2010р. № 1300.

У зв'язку з набуттям чинності П(С)БО 31 підприємствам завчасно, починаючи з початку 2011р., потрібно переглянути розпорядчий документ про облікову політику в питаннях обліку фінансових витрат.

Отже, з 2011р. усі підприємства (крім малих підприємств) фінансові витрати мають включати до первісної вартості основних засобів, довгострокових біологічних активів. П(С)БО 31 передбачає, щоб підприємства у складі річної фінансової звітності подавали інформацію про випадки, причини і тривалість припинення виконання робіт зі створення кваліфікаційних активів і припинення капіталізації фінансових витрат, про суму фінансових витрат, включених у звітному році до собівартості кваліфікаційних активів.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Нестернко О.О., студ. 5 курсу ФЕіП, спец.«Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Гончар В.П.

Нині у економічній літературі неможливо знайти єдине узагальнене визначення фінансових результатів, з яким погодилась більшість вчених, не намагаючись його доповнити або відкоригувати. Організація обліку фінансових результатів підприємства є однією із найскладніших ділянок обліку. Вона є динамічною системою, що постійно розвивається і розвиток її залежить від удосконалення методології, методики і техніки бухгалтерського обліку, адже від рівня організації обліку на даній ділянці залежить правильне визначення непрямих податків (ПДВ, зокрема), своєчасне відображення витрат і доходів та фінансових результатів.

Організаційна побудова обліку та здійснення контролю за його веденням у кожному підприємстві регламентується Наказом про облікову політику, який повинен містити розділ про облік доходів і фінансових результатів діяльності, в якому наводяться основні положення організації такого обліку в тому числі перелік і склад доходів від реалізації продукції (товарів). Проте нині не всі підприємства мають розроблений і затверджений цей документ. При цьому не у кожному підприємстві Наказ містить зазначену інформацію, що впливає і на якість проведення аудиту підприємства.

Питання обліку і аудиту фінансових результатів досліджувало ряд вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як Охтирська О., Д. Бакун, Н.М. Бондар, Ф.Ф. Бутинець, Т.П. Ілінзер, Р. Кортикова, Л. Котенко, І. Кравченко, О.Лисюк, Т.П. Макаровська, Р. Назарбаева, І. Павлюк, М. Правда, Л. Солошенко, Г.І. Цигилюк.

Проблема обліку фінансових результатів 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 кожну 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».

По-перше, принцип історичної (фактичної) собівартості визначає, що пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання, в П(С)БО 30 пріоритет надається справедливій вартості. По-друге, принцип нарахування та відповідності доходів і витрат передбачає, що для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів. Таким чином, відобразивши у звітності прибуток від оцінки біологічних активів на дату балансу, які оцінюються за справедливою вартістю за вирахуванням очікуваних витрат на місці продажу, не всі витрати знаходять відображення у фінансовій звітності, а саме витрати пов'язані з реалізацією біологічних активів. Третє, принцип обачності який передбачає застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства. Відсутність єдиної методики оцінки біологічних активів за справедливою вартістю та відповідного активного ринку, вносить певний суб'єктивізм в їх оцінку, що призводить до заниження витрат та завищення прибутків. І четверте, принцип повного висвітлення – фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймаються на її основі.

На нашу думку, не потрібно забувати і такі теоретичні та практичні проблеми як:

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

Разом із важливістю обліку доходів і фінансових результатів ще більше значення має аудит цих операцій. Від правильності ведення обліку доходів і витрат і визначення фінансового результату залежить правильність визначення сум податків і платежів, можливість застосування фінансових санкцій. Незадовільний облік витрат і доходів від реалізації, а особливо недотримання принципів повноти і своєчасності, а також низька матеріально-технічна й організаційна забезпеченість значно ускладнюють проведення перевірки і збільшують витрати робочого часу. При проведенні аудиту на даній ділянці обліку необхідно звернути увагу на:правильність класифікації, оцінки та умов визнання доходів та результатів діяльності, розмежування понесених витрат; які види надходжень не визнаються доходами; законність і обґрунтованість створення резерву сумнівних боргів; угоди, здійснені на бартерній основі.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ТВАРИННИЦТВА

Вялкова Я.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Теслюк В.М.

Тваринництво є унікальною сферою виробничої діяльності, оскільки в процесі виготовлення готової продукції, разом з матеріально-технічними, фінансовими, трудовими ресурсами, використовуються ще й природні ресурси: земля та живі організми. Надзвичайно велику роль у виробництві продукції тваринництва відіграють господарства, що спеціалізуються на виробництві такої продукції. Порядок обліку наявності та руху таких ресурсів досить складний, адже вони постійно змінюються – тварини набирають вагу , набувають вікової зрілості.

В обліку поточних біологічних активів тваринництва існує безліч нез'ясованих питань та невирішених задач. Тваринництво є специфічною галуззю, тому проблеми, які виникають, не завжди носять загальний характер. Ці проблеми з'явилися в перші роки після впровадження на підприємствах П(С)БО 30 «Біологічні активи».

Можливо виділити такі основні моменти виникнення проблеми :

- Оприбуткування тварин;
- Оприбуткування продукції, одержаної від тварин;
- Вибуття тварин.

При оприбуткуванні надходження тварин бухгалтери потрапляють в залежність від великої кількості первинних документів , які потрібно заповняти. Така ситуація склалася через те, що немає впроваджених накопичувальних документів , які б задовольняли потреби обліку.

Також бувають випадки коли , коли від корів, переведення на відгодівлю, одержують молоко ,але оприбутковують його як від корів основного стада. Зазначені недоліки в обліку одержаної продукції від поточних біологічних активів викривляють оцінку показників, а саме :

- Необґрунтоване заниження оцінки приплоду і молока, одержаних від корів основного стада;
- Завищується оцінка приросту живої маси усього молодняку тварин і тварин на відгодівлі.

Є проблема у визначенні валового приросту живої маси. Вона має одну неточність , яка часто призводить до хибної думки бухгалтерів сільськогосподарських підприємств. При визначенні валового приросту живої маси вираховують вагу всього поголів'я молодняку та дорослих тварин на відгодівлі, яке загинуло. Однак ,падіж(загибель) тварин може статися з різних причин:

- Нещасний випадок;
- З вини матеріально відповідальної особи;
- Внаслідок стихійного лиха;
- Хвороби тощо.

Ми підтримуємо пропозицію вчених, що при визначенні валового приросту живої маси необхідно брати до уваги не живу масу усього падежу , а тільки прийняту за рахунок підприємства.

Отже, методика визначення приросту живої маси молодняку тварин і дорослих тварин на відгодівлі, а також обліку падежу тварин, особливо великої рогатої худоби, має ряд істотних недоліків.

По-перше, на собівартість приросту живої маси значно впливають втрати від падежу молодняку тварин і дорослих тварин на відгодівлі, тому що жива маса тварин, які загинули, повністю враховується з отриманого приросту даної облікової групи, включаючи живу масу тварин, яка перейшла з попередніх років. Тобто уся загибель розглядається як втрати виробництва приросту живої маси звітного періоду.

По-друге, падіж тварин відображається, як мінімум на 3-х рахунках: 232 «Тваринництво»; 947«Нестачі і втрати псування цінностей»; 99 «Надзвичайні втрати». Це ускладнює аналіз падежу, усунення його причин і перешкоджає боротьбі за збереження поголів'я молодняку тварин.

По-третє, часто при обробці звітів про рух тварин і птиці на фермі та при проведенні операції при загибелі тварин за рахунками бухгалтерського обліку бухгалтерія не має від адміністрації підприємства конкретних вказівок за фактами. Трапляються випадки, коли такі питання вирішуються судово-слідчими органами, внаслідок чого з'являються умовні або неточні записи. Деякі з них потім виправляються, а деякі забувають виправляти.

Отже, усе сказане вище свідчить про те, що система обліку має ряд недоліків, котрі потрібно приймати до уваги і ліквідовувати. З метою усунення наведених недоліків вчені (Ф.Ф. Бутинець, Н.І. Загребельна, Л.Л. Головко) пропонують:

- Деякі разові документи переробити так, щоб їх можна було використовувати потягом місяця, як накопичувальні;
- До живої маси тварин, яка залишилася на кінець звітного періоду, додавати масу тварин. Які вибули у звітному періоді, загибель яких віднесена на рахунок підприємства, а з одержаного підсумку вирахувати вагу тварин, які були на початок звітного періоду, та вагу тварин, які надійшли у групу протягом звітного періоду.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИННИЦТВА

Коряк М.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Гончар В.П.

Виробництво продукції рослинництва в Україні посідає одне з основних місць у розвитку сільського господарства як галузі, якій належить пріоритетне значення в забезпеченні продовольчої безпеки країни, служить сировиною для виготовлення ряду промислових товарів, належить до важливих джерел створення кормових ресурсів для розвитку тваринництва, має визначальну роль у формуванні експортних поставок продовольчих товарів держави.

Бухгалтерський облік в сучасних умовах глобалізації і поглиблення інтеграційних процесів набуває ознак стандартизації шляхом розробки міжнародних стандартів і запровадження їх принципів у національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку. Але на практиці виникає велика кількість проблем пов'язаних з виконанням вимог нових нормативних документів.

З 1 січня 2003 року набрав чинності міжнародний стандарт бухгалтерського обліку «Сільське господарство». В Україні аналогічне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (далі П(С)БО) 30 «Біологічні активи» набрало чинності з 1 січня 2007 року. Запропоновано новий порядок обліку в сільському господарстві, який не має широкого застосування в світовій практиці, а в Україні це робиться вперше.

Принциповими змінами, які внеслися П(С)БО 30 «Біологічні активи» до існуючої практики обліку сільськогосподарської діяльності, є виділення рослин і тварин , які є об'єктами сільськогосподарської діяльності, в окрему облікову категорію – біологічні активи, оцінка біологічних активів за справедливою вартістю та особливий порядок визначення фінансових результатів.

Теоретичні та практичні проблеми впровадження П(С)БО 30 «Біологічні активи» в економіку в цілому та в сільське господарство, зокрема, досліджували провідні вітчизняні вчені-економісти, зокрема В.М. Жук, Л.К. Сук, М.Ф. Огійчук, О.Д. Радченко, Т.Г. Маренич, О.О. Канцуров, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, М.Я. Дем'яненко та інші. У працях цих авторів висвітлюються питання особливостей обліку біологічних активів, формування доходів і витрат, визначення фінансових результатів на сільськогосподарських підприємствах, формування інформації у статистичній і фінансовій звітності. Однак залишається ще багато спірного та неясного. На практиці П(С)БО 30 «Біологічні активи» не набуло значного практичного застосування,що зумовлено неоднозначністю поглядів різних вчених.

Згідно з п.4 П(С)БО 30 «Біологічні активи» біологічний актив – це тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди.

Крім того, поточні біологічні активи в обліку і звітності тепер розглядаються як незавершене виробництво. Це суперечить вимогам П(С)БО 30 «Біологічні активи», в якому сказано, що незавершене виробництво є окремим об'єктом обліку для відображення витрат на виробництво сільськогосподарської продукції. В обох випадках задіяний рахунок 23 «Виробництво», що є теоретично не обґрунтованим та ускладнює і без того складний облік виробництва в рослинництві.

Прослідковується неточність у відображенні додаткових біологічних активів рослинництва на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», що на практиці призводить до заплутування обліку. Не кожен додатковий біологічний актив відразу визнається сільськогосподарською продукцією, оскільки існує можливість його використання у подальшому процесі виробництва. Тому дуже важливим є розмежування і відображення в обліку на окремих рахунках додаткових біологічних активів як сільськогосподарської продукції та власне самих додаткових біологічних активів, що підлягають подальшому використанню.

Корінні зміни відбулись в організації обліку витрат і доходів від сільськогосподарської діяльності, які також створили низку неузгодженостей. У першу чергу потребує уточнення методика обліку витрат.

До нововведень протягом року формувались прямі витрати на виробництво продукції рослинництва, а в кінці року розподілялись за об'єктами обліку витрати по обслуговуванню і управлінню(загальновиробничі), роботи і послуги допоміжних виробництв тощо. В той самий час оприбуткування продукції протягом року, згідно нових нормативних документів, здійснюється не за плановою собівартістю, як це було раніше, а за справедливою вартістю.

Виходячи з цього, для одержання об'єктивної інформації про витрати та вартість продукції, на підприємстві необхідно організувати облік прямих і непрямих витрат так, щоб формувати фактичні витрати не в кінці року, а в більш коротші строки (щомісячно чи щоквартально). А якщо врахувати, що в сільському господарстві виробництво має сезонний характер, то очевидною є значна складність облікового процесу, яка позначиться на роботі працівників бухгалтерії.

За П(С)БО 30 "Біологічні активи" визначити фінансовий результат від сільськогосподарської діяльності тепер набагато складніше, але такий порядок обліку забезпечує більш реальне відображення фінансового стану наших сільськогосподарських підприємств, що цим сприяє інтеграції економіки України до світового економічного простору.

ВПЛИВ ОНОВЛЕНИХ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ АУДИТУ НА ВАРТІСТЬ АУДИТУ

Пасько О.В., к.е.н., доцент

У світлі корпоративних скандалів початку 21 сторіччя, в яких були задіяні аудитори, міжнародні регулятори стали більше уваги звертати, насамперед, на аудит публічних компаній та якість стандартів аудиту. В результаті впливу міжнародних регуляторів на Раду з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості (РМСАНВ) у 2004 році остання розпочала всеохопну програму метою якої було підвищити зрозумілість Міжнародних стандартів аудиту (МСА). Ця програма в тій чи іншій формі охопила всі стандарти. Деякі стандарти було переглянуто, деякі викладено в новій редакції. Також введена нова структура стандартів. 27 лютого 2009 року програму підвищення зрозумілості було завершено після того як Рада з нагляду в інтересах суспільства перевірила процес підготовки останніх стандартів, які підпадали під програму підвищення зрозумілості. Всі стандарти, що пройшли програму підвищення зрозумілості набувають чинності для звітних період, що починаються після 15 грудня 2009 року.

Удосконалення, що, як постулює РМСАНВ, витікають з проекту підвищення зрозумілості включають: 1) Ідентифікація усіх завдань аудитора в процесі виконання аудиту у відповідності з МСА; 2) Встановлення завдання в кожному МСА і встановлення зобов'язання аудитора відносно цього завдання; 3) Уточнення зобов'язань покладених на аудитора відповідно до вимог МСА та мови викладення цих вимог; 4) Усунення будь-якої можливої двозначності стосовно вимог, які повинен виконати аудитор; 5) Удосконалення загальної читабельності і зрозумілості МСА через структурні удосконалення.

МСА відтепер мають нову структуру, в якій інформація викладена в окремих секціях: вступ, завдання, визначення, вимоги, застосування та інші пояснювальні матеріали. Так, вступний матеріал повинен включати інформацію про мету, контекст, предмет МСА, а також питання про відповідальність аудитора. Кожен МСА відтепер містить чітке положення про завдання аудитора у відповідній області аудиту, що визначається відповідним МСА. Для більшої зрозумілості кожен МСА містить визначення термінів, що в ньому застосовуються. Процес виконання кожного завдання аудитора підкріплюється вимогами до нього. Вимоги завжди формулюються за допомогою фрази: «Аудитор повинен». Застосування та інший пояснювальний матеріал глибше пояснює вимоги до завдання або містять приклади процедур, що є доречними за певних обставин.

Окрім того, що оновлені стандарти в результати мають більшу зрозумілість, вони ще й містять нові та додаткові вимоги, порівняно з попередніми стандартами. Зокрема, нові вимоги містять такі стандарти – МСА 200, МСА 260, МСА 320, МСА 402, МСА 450, МСА 505, МСА 540, МСА 550, МСА 580, МСА 600, МСА 620, МСА 705, МСА 706, МСА 800, МСА 805, МСА 810. Поряд з цим введено новий стандарт – МСА 265 "Повідомлення про слабкості у внутрішньому контролі найвищому управлінському персоналу та управлінському персоналу". Оскільки нові стандарти містять більш деталізовані вимоги і загальна їх кількість збільшилася, то це означає, що аудиторові (аудиторській фірмі) під час аудиту потрібно буде виконати більше процедур (завдань), а отже, збільшиться вартість аудиту. Так, комітет з практики аудиту (Auditing Practices Board), який є частиною Комітету фінансової звітності Великобританії здійснив дослідження і встановив, що вартість аудиту виконаного згідно з оновленими МСА збільшиться для малих та середніх підприємств на 13,9%, при цьому повторювані витрати становлять 9,6% (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив оновлених МСА на вартість аудиту*, %

Показники	Аудит малих та середніх підприємств	Аудит підприємств, акції яких розміщені на біржі та великих підприємств
Середнє збільшення повторюваних витрат при аудиті окремого підприємства	+9,60	+1,90
Середній вплив оновленого МСА 600 на аудит груп	+0,50	+3,00
Разом повторюваних витрат при аудиті групи	+10,10	+4,90
Середнє збільшення неповторюваних витрат за один рік	+3,80	+0,10
Загалом витрати за один рік	+13,90	+5,00

** APB consultation on whether UK and Irish auditing standards should be updated for the new Clarified International Auditing Standards, October 2008*

Таким чином, аудиторові необхідно буде оновити свою бізнес-стратегію у такий спосіб, щоб дотриматися вимог оновлених МСА і утримати клієнтів. Порядок зі збільшенням витрат, аудиторам необхідно пересвідчитися, що аудитори мають знання і вміння відповідно до нових стандартів аудиту та всі робочі матеріали та посібники оновлено згідно з переглянутими стандартами.

ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ І РЕВІЗІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Фесюнов Є.Ю., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Теслюк В.М.

Основні засоби — це матеріальні активи, які підприємство утримує для використання їх у виробництві або постачанні товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше від одного року.

Збереження основних засобів, забезпечення їх нормального стану та раціональне використання є основним завданням колективу підприємства. Звідси у програмі проведення комплексної ревізії основною є перевірка операцій, пов'язаних із основними засобами.

Важливими **завданнями ревізії основних засобів є**:

- Перевірка дотримання умов, що забезпечують зберігання основних засобів та нематеріальних активів.
- Перевірка законності та правильності операцій, пов'язаних із рухом основних засобів, нематеріальних активів та їх документальним оформленням.
- Перевірка правильності віднесення активів до основних засобів.
- Перевірка правильності і своєчасності нарахування та включення у витрати виробництва амортизаційних витрат.
- Перевірка правильності проведення переоцінки основних засобів.
- Перевірка правильності відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій, пов'язаних з рухом основних засобів.
- Перевірка своєчасності освоєння виробничих потужностей, виконання показників ефективності використання обладнання.
- Виявлення не використовуваного обладнання, обстеження його стану, умов збереження.
- Перевірка операцій, пов'язаних з орендою основних засобів.

Перевірку наявності основних засобів можна проводити двома способами:

- шляхом інвентаризації (при невеликій кількості засобів);
- шляхом документальної перевірки.

Інвентаризація - це перевірка і документальне підтвердження наявності та стану, оцінка активів та зобов'язань (майно, вкладення підприємства в статутні фонди інших підприємств, розрахунки з дебіторами та кредиторами) підприємства.

Завданнями інвентаризації є: 1. виявлення фактичної наявності основних фондів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, коштів, цінних паперів та інших грошових документів, а також обсягів незавершеного виробництва в натурі; 2. установлення лишку або нестачі цінностей і коштів шляхом зіставлення фактичної наявності з даними бухгалтерського обліку; 3. виявлення товарно-матеріальних цінностей, які частково втратили свою первісну якість, застарілих фасонів і моделей, а також матеріальних цінностей та нематеріальних активів, що не використовуються; 4. перевірка дотримання умов та порядку збереження матеріальних та грошових цінностей, а також правил утримання та експлуатації основних фондів; 5. перевірка реальності вартості зарахованих на баланс основних фондів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, цінних паперів і фінансових вкладень, сум грошей у касах, на розрахунковому, валютному та інших рахунках в установах банків, грошей у дорозі, дебіторської і кредиторської заборгованості, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів, резервів наступних витрат і платежів.

За **документальним методом** перевірки основних засобів вважають наявним, якщо існують: документ, який підтверджує його придбання, отримання на безоплатній основі, створення тощо; акт прийому-передачі; в реєстрах обліку зроблено відповідний запис. В разі відсутності одного з трьох основних документів актив не вважається наявним, тому він не може бути включеним до балансу. В реєстрах кількісного обліку на кожний об'єкт основних засобів відкривається інвентарна картка.

Важливим завданням контролерів є перевірка правильності відображення в обліку руху основних засобів. Для цього здійснюють контрольні вибіркові обстеження об'єктів основних засобів, виявляють відповідність їх фактичного стану наявній розрахунково-платіжній і технічній документації. Первинні документи на оприбуткування основних засобів порівнюють із даними складського обліку, бухгалтерськими реєстрами, журналом реєстрації доручень та платіжними документами. При цьому встановлюють розходження у цих документах.

Приймання будівельних об'єктів в експлуатацію здійснюють робочі приймальні комісії згідно з проектно-кошторисною документацією. У процесі ревізії з'ясовують, чи були створені комісії по прийманню об'єктів, чи прийняті об'єкти в експлуатацію з усіма необхідними комунікаціями і обладнаннями, чи усунені зазначені в акті недоліки. Для цього об'єкти оглядають в натурі, опитують працівників.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

Ільїн В.К., к.е.н., доцент

Стан організації контролю касових операцій на підприємствах в цілому є задовільний, потребуючи при цьому деяких вдосконалень.

В містах зберігання цінностей, зокрема грошових коштів, обов'язковою є наявність паспорта зберігання грошових коштів в касі, що на підприємстві відсутній, тому доцільним є використання даного документа за формою. Застосування такого паспорту дозволить виявити фактичне дотримання умов зберігання готівки в касі на кожну дату проведення інвентаризації в касі та мати уявлення про дотримання правил зберігання коштів на протязі всієї діяльності підприємства.

Під час здійснення ревізій каси мають місто випадки не включення окремих прибуткових і видаткових касових ордерів до касової книги на момент здійснення інвентаризації.

При наявності значної кількості не включених до останнього касового звіту документів ми пропонуємо скласти опис прибуткових і видаткових касових документів не включених до останнього касового звіту. Його використання дозволяє скоротити час проведення ревізій каси та сприяє проведенню ревізій каси, сприяє посиленню контролю з боку ревізійної комісії за здійсненням записів та розрахунків.

Належну увагу слід приділяти оприбуткуванню грошових коштів з банку у касу підприємства та цільового їх використання. З цією метою необхідно скористатися розробленими контрольно-аналітичними таблицями. Їх використання дозволяє в процесі перевірки первинних і зведених касових документів виявити розбіжності в зазначених сумах і відразу звертати на них особисту увагу з метою отримання пояснень відповідних осіб.

Важливою умовою дотримання фінансової і касової дисципліни є використання коштів, перш за все, одержаних з банку, за цільовим призначенням. Контрольно-аналітична таблиця використання за цільовим призначенням готівки, одержаної з банку дозволяє проконтролювати цей процес і виявити порушення, якщо такі мають місце.

Частина грошових коштів надходить в касу підприємства від оренди приміщення. Контроль своєчасності і повноти оприбуткування коштів від оренди приміщення за допомогою контрольно-аналітичних таблиць. Будова такої таблиці дозволяє порівнювати дані різних регістрів, які заповнюються при надходженні виручки у касу підприємства, та виявити відхилення.

Основним каналом внутрішньогосподарського витрачання коштів на підприємстві є витрати на оплату праці. По цій статті важливим є не лише перевірка дотримання вимог цільового призначення витрачання коштів, але й обгрунтованість їх списання. З цією метою ми рекомендуємо складати контрольно-аналітичну таблицю обгрунтованості списання коштів на оплату праці.

При ревізії каси можуть бути виявлені різного роду порушення Положення про ведення касових операцій. Різновидність також порушень може бути велика, а повторність незначна, що утруднює відповідне групування та систематизацію фактів. Тому виявлені на основі вивчення документів недоліки слід реєструвати у відповідну таблицю. Форму цієї таблиці можна використати для опису порушень, встановлених при ревізії касових операцій.

Стан організації контрою операцій на рахунках в банку на підприємствах є незадовільним. Перевірка операцій на банківських рахунках зводиться до встановлення відповідності залишків на рахунках за даними банківської установи та бухгалтерського обліку на підприємствах шляхом зустрічної звірки в кінці року.

Отже, необхідно приділити необхідну увагу спочатку організаційним питанням контролю і ревізій на рахунках у банках, а потім – документальним. Так, керівництву підприємства варто приділяти більше уваги необхідності проведення контролю операцій на рахунках в банку і, відповідно, встановити нормативною базою підприємства терміни та осіб, відповідальних за здійснення такого контролю.

Результати проведення інвентаризації залишку на рахунках в банку за наявності розбіжностей можна оформити у вигляді контрольно-аналітичної таблиці. ЇЇ побудова дозволяє виявити розбіжності по кожному з рахунків підприємства, враховуючи їх значну кількість. Підрахунок підсумків по таблиці дасть змогу визначити загальну суму розбіжностей даних банківської установи та підприємства.

При здійсненні контролю операцій на рахунках в банку необхідно скористатись також допоміжними таблицями: контрольно-аналітична таблиця своєчасності і повноти оприбуткування одержаних з банку грошей у касу та контрольно-аналітична таблиця використання за цільовим призначення готівки, одержаної з банку, оскільки вони містять інформацію, необхідну для контролю банківських операцій. Завершення контролю операцій на рахунках в банках рекомендується оформити письмовими висновками в окремому розділі головного акту ревізії з посиланням на додатки і приділити увагу прийомам документального та фактичного контролю.

Таким чином, запропоновані шляхи вдосконалення контролю і ревізії касових операцій та операцій на рахунках в банках дозволить поліпшити стан організації контролю та ревізії на підприємстві, сприятимуть більш продуктивній роботі контрольно-ревізійної комісії.

ПЕРВИННИЙ ТА ЗВЕДЕНИЙ ОБЛІК ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ

Баришполець М.С., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ільїн В.К.

В умовах ринкової економіки, завдяки специфічним властивостям заробітна плата відіграє значну роль у розвитку всіх галузей народного господарства. Основним її функціональним призначенням є стимулювання продуктивності праці, відтворення робочої сили та вирішення соціальних потреб суспільства.

Актуальність проблем оплати праці в нових умовах господарювання потребує державного втручання при вирішенні питань реформування оплати праці, зокрема фінансового її забезпечення через паритет цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, регулювання податків і встановлення мінімального розміру заробітної плати відповідно до життєвого рівня, надання невиправданих відмінностей в рівнях оплати працівників різних галузей і форм господарювання.

Для контролю за трудовою дисципліною та аналізу використання робочого часу ведуть Табель використання робочого часу (форма №64). Він складається в одному примірнику впродовж місяця окремо по виробничих підрозділах і категоріях працюючих. Табельний облік у відділах, на тваринницькій фермі, рослинницьких бригадах, ремонтній майстерні та інших виробничих підрозділах ведуть спеціально призначені працівники або керівники підрозділів. В Табелі зазначають підрозділ, на який повинні відноситись затрати праці. У ньому проставляють за датами відпрацьований час, неявки на роботу із зазначенням причин. Табель є підставою для нарахування оплати праці працівникам з погодинною оплатою праці.

Для обліку праці працівників рослинництва використовують Обліковий лист тракториста-машиніста (форма №67). У ньому записують виконані роботи під ту чи іншу культуру склад агрегату і агротехнічні умови їх виконання. Обліковий лист заповнюють на кожного тракториста-машиніста на 5, 10, 15 днів, а в період збирання урожаю - щоденно - залежно від того, як це передбачено планом документообігу підприємства. Облікові і Подорожні листи трактористів-машиністів (форми №67 і №68) групують у Накопичувальній відомості обліку використання машинно-тракторного парку (форма №37а). У ній на кожного тракториста-машиніста відкривається своя сторінка, на якій послідовно записують: прізвище, ім‘я та по-батькові механізатора, його класність і стаж роботи, марку та господарський номер трактора. В окремих графах на підставі Облікових листів тракториста-машиніста (форма №67) і Подорожніх листів трактора (форма №48) за кожну дату відображають кількість відпрацьованих машино-днів, машино-змін, відпрацьовано годин та нараховану заробітну плату.

Накопичувальна відомість обліку роботи вантажного автотранспорту (форма №38) побудована за тим самим принципом, що і Накопичувальна відомість обліку використання машинно-транспортного парку (форма №37а). В цій Відомості по кожному автомобілю та водію накопичуються дані із Подорожніх листів при виконанні роботи і нараховану заробітну плату. В окремих графах виконані роботи (у тоннах і тонно-кілометрах) розподіляють за споживачами послуг автопарку.

Для обліку праці та її оплати у тваринництві в господарстві розраховують в залежності від кількості та якості отриманої продукції та деяких інших показників. Тому для обліку виробітку та розрахунку заробітної плати використовують дані первинних документів по обліку руху тварин. На основі Акта на оприбуткування приплоду тварин (форма №95) розраховують заробітну плату (оплату праці) дояркам, тваринникам, чабанам та іншим робітникам за оприбуткований приплід телят, поросят, ягнят та інших тварин. Зведеним документом для обліку оплати праці по тваринництву в господарстві є Розрахунок нарахування оплати праці працівникам тваринництва (форма №69) для обчислення заробітної плати (оплати праці) з урахуванням відпрацьованого часу та обсягу виконаних робіт, на які встановлені відрядні розцінки.

Нарахування заробітної плати за чергову або навчальну відпустку, а також звільнення з роботи працівників господарства до закінчення місяця оформляється Розрахунком по заробітній платі (форма №74), де обчислюється середній заробіток за місяць і за день, показуються усі види оплати та утримань, а також визначається сума, що належить до виплати.

Оплата праці за виконання громадських та державних обов‘язків, позапланові нарахування, натуральні видачі та інші виплати, а також утримання із заробітної плати, разові аванси, виплати по виконавчим листам відображають у Відомості інших виплат і утримань (форма №74а).

Нарахування заробітної плати за чергову або навчальну відпустку, а також звільнення з роботи до закінчення місяця оформляється Розрахунком по заробітній платі (оплаті праці; ф. № 74), де обчислюється середній заробіток за місяць і день, показуються усі види оплати та утримань, а також визначається сума, що належить до виплати.

Всі первинні документи по нарахуванню оплати праці підписують керівники структурних підрозділів, в яких виконувались відповідні роботи.

Перевірені і затверджені первинні документи з обліку праці та її оплати повинні бути узагальнені і згруповані по кожному працівнику господарства для організації розрахунків з ними.

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Комишанська Л.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко І.М.

Бухгалтерський облік нині є важливою частиною економічної науки, забезпечуючи необхідні дані для відображення господарської діяльності та контролю за її результатами. Він перетворився на міжнародну мову бізнесу і став обов'язковою передумовою успішної діяльності кожного підприємства.

Разом з тим, ринкові перетворення в економіці ставлять нові вимоги до якості обліково-аналітичної інформації, нові підходи до організації обліку та звітності.

В умовах діяльності підприємств існує потреба в постійному взаємозв'язку з іншими підприємствами, установами, організаціями та окремими особами. Для фінансових операцій використовують як готівкові, так і безготівкові розрахунки. Сучасні умови існування підприємств, а також процеси, що відбуваються в економіці України ще раз підтверджують важливість і необхідність грошових коштів для здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємництва. Адже саме грошовими коштами та іншими активами визначається фінансова платоспроможність.

Аудит грошових коштів є досить трудомісткою процедурою, яка потребує від аудиторів значної уваги, знання нормативно-правової бази, яка регулює здійснення грошових операцій, а також впевненості в мінімізації ризику як із сторони клієнта так і із сторони аудитора. Велика увага приділяється вивченню і оцінці системи внутрішнього контролю так, як від неї багато в чому залежить довіра аудитора до підприємства-замовника і можливість покладатися на свідчення персоналу. Метою проведення аудиту грошових коштів є здатність виявляти суттєві зони ризику, а також уміння визначити допущені помилки, зловживання, правопорушення в грошовій сфері і передбачити можливі наслідки цих порушень для підприємств та не допустити їх настання.

Виходячи із мети аудиту, слід сформувати такі завдання:

1) оцінити стан аналітичного та синтетичного обліку готівкових операцій, які здійснювало підприємство за період, що перевіряється;

2) виконати перевірку своєчасності та правильності відображення в обліку готівкових операцій;

3) здійснити перевірку додержання підприємством вимог нормативних документів, які регламентують порядок ведення готівкових операцій.

Основними джерелами інформації перевірки касових операцій є первинні документи:

- прибуткові й видаткові касові ордери;
- квитанції на внесок готівки до банку або на оплату послуг інших організацій;
- розрахунково-платіжні (платіжні) відомості на виплату, заробітної плати відпускних, матеріальної допомоги, стипендій та інших виплат; трудові угоди на виконання й оплату певних робіт; акти інвентаризації готівки в касі; договір про матеріальну відповідальність; касова книга; звіти касира; журнал реєстрації прибуткових та видаткових касових ордерів; облікові регістри (відомості, журнали, машинограми) за рахунками "Каса", "Рахунки в банках", "Інші грошові кошти";
- Головна книга.
- баланс підприємства (форма № 1);
- звіт про рух грошових коштів (форма № 3);
- книга обліку касових видатків та ін.

Основні положення програми є переліком процедур в ході яких аудитор перевіряє правильність, повноту відображення руху грошових коштів в касі і на поточному рахунку. Одержані дані аудитор фіксує в робочих документах, а свої думки викладає в аудиторському висновку. Цей висновок є доказом того відповідає чи ні відображення руху грошових коштів чинному Положенню про ведення касових операцій в національній валюті в Україні, обліковій політиці підприємства, іншим нормативно-правовим актам.

Проведення аудиту грошових коштів для керівника підприємства є досить важливим елементом фінансової діяльності підприємства. Адже дана процедура надасть можливість провести додатковий контроль за організацією обліку грошових коштів, їх рухом та використанням у процесі виробничо-господарської діяльності підприємства. А це в свою чергу буде сприяти досягненню стійкого росту фінансових показників та надасть більше інформації про цільове використання грошових ресурсів.

Кожний керівник зацікавлений в розвитку свого підприємства та у відповідальності своїх працівників. І головною метою, є дотримання всіх вимог і правил ведення обліку грошових коштів.

На сьогодні даний вид послуг є найбільш правдивою і достовірною перевіркою фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання. Думки і висновки аудиторів своєчасно здатні попередити підприємство про неправильність ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, а отже і застерегти від небажаних наслідків, штрафних санкцій та не раціональне витрачання грошових коштів. Отже, аудит грошових коштів є досить актуальною темою в сучасній економіці.

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ – ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Цебенко О.С., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Гончар В.П.

В умовах ринкових відносин роль сучасного внутрішнього аудиту в прийнятті оптимальних управлінських рішень зростає, що потребує постійного вдосконалення та наукового обґрунтування його методології й організації проведення. Внутрішній аудит як функція управління дає змогу вчасно виявити й усунути ті умови і чинники, які не сприяють ефективному виробництву та досягненню поставленої мети, скоригувати діяльність підприємства й його складових, встановити, які саме служби і підрозділи підприємства сприяють досягненню цілей і підвищенню результативності його діяльності.

Відповідно до МСВА внутрішній аудит – це діяльність з надання незалежних і об'єктивних гарантій і консультацій, спрямованих на вдосконалення діяльності підприємства. Внутрішній аудит дає змогу підприємству досягти поставлених цілей, використовуючи систематизований і послідовний підхід до оцінки і підвищення ефективності процесів управління ризиками, контролю та корпоративного управління. Відповідно до МСВА 2130 «Контроль» внутрішній аудит має допомагати підприємству в підтримці ефективної системи внутрішнього контролю за допомогою оцінки її ефективності й економічності та сприяння в її постійному вдосконаленні. За МСВА 2130. АІ внутрішній аудит повинен оцінювати адекватність й ефективність у частині: достовірності і цілісності інформації про фінансово-господарську діяльність, ефективності і економічності діяльності, збереження активів, відповідності вимогам законів, нормативних актів і договірних зобов'язань.

В економічно розвинених країнах бізнесмени приділяють внутрішньому аудиту таку саму пильну увагу, як і зовнішньому. У нас в країні це, поки що, не так: якщо становлення зовнішнього аудиту вже відбулося, то вітчизняний внутрішній аудит сьогодні перебуває все ще в зародковому стані. Значення внутрішнього аудиту власниками і керівниками підприємств досі повною мірою не оцінено. Крім того, сучасні умови ведення бізнесу потребують максимально ефективного використання наявних ресурсів підприємства. Одним із найдієвіших інструментів виявлення резервів підвищення ефективності і посилення конкурентних переваг підприємства може стати внутрішній аудит. У 1941 році в США був заснований Інститут внутрішніх аудиторів (ІВА) – міжнародна професійна організація, метою якої є розвиток та популяризація професії внутрішнього аудитора та розробка стандартів професійної діяльності. До складу ІВА входить понад 122 тис. членів із 165 країн та регіонів. Усього в світі нараховується близько 1 млн. людей, які тією чи іншою мірою займаються внутрішнім аудитом. Згідно з оцінками інституту внутрішнього аудиту і контролінгу Цюріхського університету, станом на початок 2009 р. служби внутрішнього аудиту були запроваджені у понад 90% підприємств Німеччини та Великобританії, 80% французьких і 70% швейцарських підприємств.

Будучи на повному утриманні підприємства, цей контрольний орган повинен довести необхідність свого існування, для цього він покликаний сприяти підвищенню ефективності роботи підприємства, забезпеченню рентабельності та зміцненню його фінансового стану. Мета внутрішнього аудиту – удосконалення організації і управління виробництвом, виявлення й мобілізація резервів його росту. Органи управління підприємством користуються послугами внутрішніх аудиторів як додатковим ресурсом, що дасть їм змогу здійснювати функції управління. Виходячи з цього можна визначити основні завдання внутрішнього аудиту в сучасних умовах: оцінка відповідності існуючим правилам і процедурам; оцінка ефективності елементів системи внутрішнього контролю; сприяння керівництву підприємства в удосконаленні бізнес-процесів; допомога менеджменту в реалізації стратегії бізнесу.

Потреба у створенні внутрішнього аудиту в Україні виникає на великих підприємствах зі складною розгалуженою структурою і великою кількістю територіально віддалених філій, дочірніх і підпорядкованих підприємств. Робота фахівців внутрішнього аудиту в цьому напрямі полягає в уніфікації і стандартизації облікових процесів для правильного формування зведеної чи консолідованої зовнішньої і внутрішньої звітності. Працівники бухгалтерських служб не завжди дотримуються єдиної методики ведення бухгалтерського і управлінського обліку. Внаслідок відсутності єдиного методологічного підходу одні й ті ж операції відображаються по-різному, що може стати причиною недостовірності консолідованої звітності. Недостовірність звітності не дає змоги керівництву оцінити реальне фінансове становище господарюючого суб'єкта і правильно визначити напрями його розвитку. Фахівці служби відділу внутрішнього аудиту можуть залучатись як експерти при виникненні розбіжностей між головною компанією і підприємствами, що входять до її структури, можуть за розпорядженням керівництва спостерігати за доцільністю та ефективністю здійснення операцій, правильністю відображення їх у системі обліку та звітності, надання інформації менеджерам.

Отже, внутрішні аудитори допомагають керівництву підприємства досягти визначених цілей, розширити можливості підприємства, вдосконалити його операційні процеси та знизити ризики у процесі виконання аудиторських завдань із надання гарантій і консультаційних послуг.

ЗАБОРГОВАНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Єрмак А.Ю., студ. 4 курсу, ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Гордієнко М.І.

Оптимальний рівень дебіторської та кредиторської заборгованості залежить від конкретних операційних умов сільськогосподарських підприємств і змінюється залежно від характеристик цих конкретних умов, і для одного й того ж підприємства може змінюватися з перебігом часу. Виходячи з важливості цих процесів для визначення майбутніх економічних вигод доцільно зробити аналіз цієї заборгованості та визначити її роль в системі управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств.

Одним із ключових завдань пошуку ефективного управління фінансовими ресурсами є необхідність вирішення низки питань пов'язаних з оптимальним співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості в сільськогосподарських підприємствах, обсягами кредиторської та дебіторської заборгованості, термінів їх виплати, впливом цієї заборгованості на фінансове забезпечення сільськогосподарських підприємств та їх економічну стабільність. Недостатнє опрацювання окреслених проблемних питань, а також їх методичне та практичне значення визначають актуальність даної праці. В умовах трансформації сільськогосподарських підприємств і розвитку різних форм господарювання багато аспектів цієї важливої проблеми вимагають подальших поглиблених досліджень

У сучасних умовах переважна більшість вітчизняних підприємств віддає перевагу продажу товарів не в кредит, а за фактом оплати. Однак конкуренція диктує свої умови: товари відвантажуються, оборотні фонди зменшуються, зростає дебіторська та кредиторська заборгованість.

Перед аналізом поточної дебіторської та кредиторської заборгованості ставляться такі завдання: обґрунтування можливості виникнення дебіторської та кредиторської заборгованості; формування реальної кредитної політики (строків кредитування, системи знижок); оцінка покупців з точки зору надійності (ймовірності оплати); чітке, своєчасне визначення моменту сповільнення або прискорення погашення заборгованості покупцями; контроль за своєчасністю погашення дебіторської заборгованості та вивчення причин недотримання договірної дисципліни; обґрунтування інкасаційної політики; з'ясування причин прострочки дебіторської заборгованості; оцінка ефективності дебіторської заборгованості.

Оскільки дебіторська заборгованість – один із елементів оборотних активів сільськогосподарських підприємств (як правило, кількісно значний), а кредиторська заборгованість – один із позичених джерел покриття оборотних активів (також, як правило, значний по сумі) то виходячи із цього, можна розглядати декілька практичних аспектів питання.

По-перше, чим швидше обертається дебіторська заборгованість, тобто, чим частіше поступають платежі від дебіторів, тим менші балансові залишки дебіторської заборгованості на кожну дату і навпаки. Відповідно такий же зв'язок має місце між швидкістю обороту кредиторської заборгованості і її балансовими залишками.

Із зазначеного виходить два висновки: перший, при швидкій оберненості дебіторської заборгованості і повільній оберненості кредиторської заборгованості остання повністю покриває дебіторську заборгованість і зверх того слугує джерелом фінансування інших елементів оборотних активів. З цієї точки зору прискорення оберненості дебіторської заборгованості і уповільнення кредиторської покращує фінансовий стан підприємства. Зрозуміло, що тут мова може йти лише про нормальну дебіторську і кредиторську заборгованість, а не про прострочену чи безнадійну, але ще не списану; під нормальною мається на увазі заборгованість, яка створюється у відповідності з договірними чи законодавчо встановленими термінами розрахунків підприємства з дебіторами чи кредиторами.

І другий, одночасно швидка оберненість дебіторської і повільна – кредиторської заборгованості може призвести до зниження показників платоспроможності підприємства. Тому, навіть при наявності можливостей управляти термінами платежів дебіторів і термінами розрахунків з кредиторами неможна безмежно зменшувати перші і збільшувати другі. Межами тут є рівність коефіцієнтів платоспроможності. Особлива важливість співставлення дебіторської та кредиторської заборгованості полягає у наступному: якщо дебітори розплачуються з підприємствами своєчасно і в повному обсязі, підприємство має можливість також своєчасно і повністю розплачуватися за своїми боргами з кредиторами. Відомо, що дебіторська заборгованість – це головним чином борги покупців, тобто ті борги, на основі яких формується виручка від продажу. Кредиторська заборгованість – це головним чином борги постачальникам, працівникам підприємства, бюджету і по єдиному соціальному податку тобто ті борги, на базі яких у великому ступені формуються затрати на продукцію яка продається. Як правило, при умові рентабельності продаж нормальна дебіторська заборгованість за якийсь період вище нормальної кредиторської заборгованості. Але це твердження вірне лише у випадку, коли оберненість дебіторської і кредиторської заборгованості рівні.

СУТНІСТЬ І ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «АУДИТОРСЬКА ПРОЦЕДУРА»

Кусургашева О.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит».
Науковий керівник: ст. викладач Гончар В. П.

З розвитком аудиторської діяльності в Україні постійно підвищуються вимоги до якості аудиту, що безсумнівно залежить від якості аудиторських процедур, які здійснюються в процесі аудиторської перевірки. Актуальність дослідження питань здійснення аудиторських процедур обумовлюється й тим, що останнім часом аудит все інтенсивніше виконує функції, пов'язані з виявленням впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на діяльність підприємства, прогнозуванням тощо.

Різні підходи у дослідженнях учених-економістів до розуміння і розкриття сутності поняття «аудиторська процедура», виникнення великої кількості теоретичних розробок і практичних методик аудиту вимагає їх систематизації і поглибленого дослідження в напрямку удосконалення.

У працях зарубіжних і вітчизняних авторів достатньо приділено увагу дослідженню поняття «аудиторська процедура», але майже в кожного автора прослідковується власний підхід до розкриття сутності аудиторської процедури.

Так. М.Т. Білуха визначає аудиторські процедури, як «систему методичних дій на суб'єкти і об'єкти процесу розширеного відтворення суспільно-необхідного продукту, які здійснюються аудиторами при проведенні контрольних функцій». В сучасних умовах перебігу господарських процесів до контрольної функції, можна додати низку функцій, які виконують аудитори на практиці, зокрема консультативну, аналітичну тощо.

В.С. Рудницький зазначає, що аудиторські процедури - це система методичних дій аудитора, спрямованих на отримання достатніх і надійних доказів щодо об'єктів аудиту. Такої ж думки дотримується В.І. Подольський, характеризуючи аудиторську процедуру як «визначений метод отримання доказів аудиторами». Тобто, основною метою здійснення аудиторських процедур є отримання доказів для підтвердження гіпотез аудитора щодо діяльності об'єктів аудиту. Але до аудиторських процедур відносять також процедури вибору і попереднього ознайомлення з клієнтом, процедури розробки плану і програми аудиту та інші процедури, що суперечить обмеженню аудиторських процедур лише отриманням аудиторських доказів.

Л.М. Чернелевський і Н.І. Беренда визначають аудиторські процедури як дії аудитора щодо перевірки фінансової звітності. Дане твердження вимагає уточнення, оскільки в процесі здійснення аудиту, крім перевірки фінансової звітності виконують й супутні послуги, які можуть здійснюватися аудиторами як відокремлено, так і в складі повної аудиторської перевірки. З цього приводу К.І. Радченко зазначає, що стратегічний аудит може бути, як самостійним видом послуг (аудит стратегічних управлінських рішень, аудит фінансових прогнозів і планів, аудит інвестиційних проектів), так і інтегрованим видом послуг (процедури незалежної стратегічної інформації під час проведення фінансового, управлінського або екологічного аудиту).

Дж.К. Робертсон вважає, що аудиторські процедури – це «конкретні дії аудиторів з метою отримання даних під час аудиторської перевірки» і вказує, що вони «можуть бути різними залежно від складності системи обліку, виду підприємства, що перевіряється й інших конкретних умов».

У визначенні суті аудиторських процедур проф. В. Труш акцентує увагу на сукупності певних дій аудитора з перевірки фінансової (бухгалтерської) звітності. Але при визначенні суті аудиторських процедур нелогічно обмежуватись лише перевіркою фінансової звітності. Аудиторська діяльність, крім перевірки фінансової звітності, включає також виконання аудиторами (аудиторськими фірмами) різноманітних послуг.

Е.А. Аренс і Дж.К. Лоббек окреслюють аудиторські процедури, як «групи конкретних детальних інструкцій про особливості збирання свідоцтв того чи іншого типу на кожному етапі аудиту». Автори ототожнюють поняття процедури і інструкції, що є не зовсім правильним, оскільки конкретні детальні інструкції - це практичні розробки, методичні вказівки для проведення аудиторської перевірки. Основними інструкціями про особливості збирання свідоцтв того чи іншого типу на кожному етапі аудиту є стандарти аудиту.

МСА 520 «Аналітичні процедури» визначає, що аналітичні процедури використовуються:

- щоб допомогти аудиторові спланувати характер, час і обсяг інших аудиторських процедур;
- як процедури по суті, коли їх застосування результативніше й ефективніше для зменшення ризику не виявлення конкретних тверджень у фінансових звітах, ніж докладні перевірки;
- для загального огляду фінансових звітів на заключному етапі аудиторської перевірки.

Отже вивчення й аналіз усіх вищевказаних трактувань поняття «аудиторська процедура» дозволили визначити, що аудиторська процедура - це сукупність дій, які здійснюються в процесі аудиторської перевірки у спланованій послідовності для досягнення бажаної мети шляхом отримання суттєвих доказів та їх аналітичної оцінки, без якої аудитор не зможе підтвердити свої гіпотези і сформулювати правильні висновки щодо діяльності об'єкта аудиту.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рудик А.О., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Гордієнко М.І.

В Україні малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом НБУ щодо гривні (стаття 63 ГКУ). Законодавство зарубіжних країн у більшості випадків вимагає підтвердження бухгалтерських звітів компаній незалежними аудиторами (аудиторськими фірмами). Директива Європейського співтовариства № 8 вимагає проведення аудиторської перевірки всіх великих компаній, дозволяючи самим країнам — членам ЄС вирішувати, чи потрібні такі перевірки малих і середніх фірм. У Франції існує такий поділ на малі, середні і великі компанії : 1. Малими вважаються компанії, які протягом двох фінансових років підряд не перевищували два з трьох зазначених показників: а) загальна сума активів — 1 500 000 французьких франків; б) чистий оборот — 3 000 000 французьких франків; в) середня кількість працюючих — 10 осіб. 2. До середніх належать компанії, які, не потрапляючи в категорію малих, протягом двох фінансових років підряд не перевищували два із трьох таких показників: а) загальна сума активів — 10 000 000 французьких франків; б) чистий оборот — 20 000 000 французьких франків; в) середня кількість працюючих — 50 осіб. 3. До великих належать компанії, які протягом двох років підряд перевищували два із трьох показників, передбачених для середніх компаній. Крім цього, проведення аудиту у Франції є обов'язковим для: 1) фінансових організацій; 2) страхових компаній; 3) сільськогосподарських кооперативів; 4) інвестиційних фондів; 5) спортивних організацій. У Великобританії на відміну від інших країн ЄС, усі компанії повинні надавати свої річні звіти для перевірки аудиторам. Основним законодавчим актом, який вимагає проведення аудиту у Великобританії, є Акт про компанії 1985 р. Аудитор призначається власниками компанії.

Відповідно до Положення з міжнародної практики аудиту 1005 «Особливості аудиту малих підприємств» не встановлює жодних нових вимог до аудиту малих підприємств і не передбачає будь-яких відхилень від вимог МСА. Усі аудиторські перевірки малих підприємств мають здійснюватись відповідно до МСА.

При проведенні аудиту на малому підприємстві Положенням рекомендується не використовувати вибіркове дослідження, а проводити повну перевірку всіх інформаційних об'єктів або перевірку 100% певних об'єктів.

Перевірка 100% певних об'єктів полягає в тому, що для розгляду аудитором з усієї кількості операцій обираються тільки операції, які відповідають певним ознакам. Прикладом може бути перевірка всіх об'єктів, вартість яких перевищує визначену суму, а до інших застосовуються аналітичні процедури у разі їх суттєвості.

У більшості випадків, при проведенні аудиту на малому підприємстві використовують метод суцільної перевірки всіх інформаційних об'єктів. Це зумовлено тим, що для такого підприємства притаманний дуже низький рівень суттєвості (несуттєвими можуть вважатися лише мінімальні суми), що спричиняється невисокими показниками обігу в його діяльності. При цьому такий метод перевірки не трудомісткий через зазвичай невелику кількість видів операцій, що здійснюються на підприємстві, та відповідну стандартизацію їх відображення.

Певну особливість має ситуація, коли на підприємстві відбувались часті кадрові зміни серед персоналу, який відповідає за управління діяльністю, проведення та відображення господарських операцій.

Наслідками цього можуть бути зміна характеру проведення та відображення операцій у певній частині звітного періоду, що потребує дослідження аудитором цих змін з метою збереження ефективності перевірки. Таке дослідження дещо підвищує трудомісткість необхідних процедур, але вибіркове дослідження недоцільне, оскільки такий підхід за даних умов значно підвищить ризик не виявлення помилок. Такі ж самі наслідки можуть мати місце також при значній зміні або змінах у сфері діяльності підприємства-клієнта.

Отже, можна виділити такі основні особливості малих підприємстві, які впливають на проведення аудиторської перевірки:

1. Наявність обмеженого кола управлінського персоналу та вірогідність управління підприємством керівником-власником, який поєднує у собі функції управління, контролю, організації діяльності підприємства і, відповідно, виникає висока імовірність впливу особистісних чинників на функціонування господарюючого суб'єкта та на умови проведення аудиту.

2. Потенційна відсутність висококваліфікованого адміністративного персоналу.

3. Невелика кількість видів господарських операцій. Наслідком є дуже низький рівень суттєвості, що обумовлює необхідність проведення суцільної перевірки облікової та іншої інформації.

4. Невеликий вартісний обсяг операцій.

ПРОБЛЕМИ СИНТЕТИЧНОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Махітко М.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Пасько О.В.

Однією з обов'язкових умов здійснення процесу виробництва є забезпечення його виробничими запасами. Відмінною особливістю їх є одноразове використання в процесі виробництва, перенесення всієї вартості на собівартість виготовленої продукції (виконаних робіт, послуг). Тому контроль за збереженням матеріальних ресурсів, раціональним використанням їх у виробництві має велике значення. В процесі реформування системи обліку та впровадження національних стандартів обліку змінюються вимоги щодо обліку і аналізу виробничих запасів, розширюються поставлені перед ними завдання.

Особливістю сільськогосподарського виробництва є те, що як виробничі запаси, воно використовує значну частину виробленої власної продукції у вигляді кормів, насіння, а також продукти і відходи, одержані від переробки продукції у власному господарстві чи на стороні. Тому важливість проблеми обліку і аналізу виробничих запасів сільськогосподарського підприємства не викликає сумніву і потребує дослідження. Адже побудований належним чином організований облік виробничих запасів, тобто якісна поінформованість про їх наявність та рух мають суттєве значення в управлінні виробничою діяльністю кожного підприємства..

Зміни в законодавстві, що регулює бухгалтерський облік в Україні відбуваються досить часто. Відповідно до Плану рахунків, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 р. № 291 для обліку виробничих запасів призначено синтетичний рахунок 20 «Виробничі запаси» та відповідні субрахунки. Але на практиці виявилося, що в Інструкції щодо застосування Плану рахунків існує суперечність щодо обліку виробничих запасів. З одного боку облік кормів, насіння й саджанців, що використовуються для висаджування, посіву та відгодівлі тварин на підприємстві, пропонується вести на субрахунку 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення» рахунку 20 «Виробничі запаси». З іншого боку в цій же Інструкції пропонується вести облік продукції власного виробництва, призначеної для продажу та іншого невиробничого споживання (видачі або продажу працівникам, передачі для інших невиробничих підрозділів підприємства) на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». Також автори Інструкції пропонують на цьому ж рахунку вести облік продукції, призначеної для споживання в тваринницьких підрозділах підприємства як корми, продукцію, яка вирощена спеціально для відгодівлі тварин, наприклад, зелену масу, корм, а також побічну продукцію і відходи, одержані в процесі доведення продукції до товарного вигляду, а насіння – до садивного матеріалу. Тобто, одні й ті ж запаси, які мають одне й те ж призначення, потрібно обліковувати на двох рахунках. Але насіння, садивний матеріал, корми, побічна продукція та відходи належать до виробничих запасів, так як вони будуть використовуватися на підприємстві, тому доцільніше вести їх облік на субрахунку 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення» рахунку 20 «Виробничі запаси», а не на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». Відповідно й у балансі ця продукція також має відображатися у складі виробничих запасів.

Проблемним є облік палива на підприємствах АПК та контроль за його витрачанням. Досі не створена Інструкція з обліку та зберігання палива для сільськогосподарських підприємств, що створює труднощі з обліку паливно-мастильних матеріалів, оскільки з'являються нові форми розрахунків за паливо, які передбачають заправку транспортних засобів по талонах, за платіжними електронними картками, використання для роботи автомашин рідкого та газоподібного палива. Тому, на нашу думку, потрібно розробити таку Інструкцію з огляду на специфіку галузі. Досить важливим питанням, яке необхідно з'ясувати є питання як обліковувати отримані сільгосппідприємствами талони на пальне: як грошові документів, бланки суворої звітності чи як пальне? Інструкція з застосування Плану рахунків дозволяє обліковувати оплачені талони на пальне безпосередньо на рахунку 203 «Паливо». Але треба мати на увазі, що за своєю економічною суттю талони є незаперечним правом на отримання пального при його пред'явленні на АЗС постачальника, тому отримані від постачальника талони можуть бути визнані активами, оскільки їх вартість визначена в накладній на відпуск талонів, а у майбутньому очікується отримати економічну вигоду від їх використання. Разом з тим талони мають характеристики бланків грошових документів, так як кожен талон має свою вартість, що визначається вказаною на ньому кількістю палива та їх вартістю за договірними цінами. Тому з метою контролю за зберіганням і використанням талонів на пальне пропонується оприбутковувати їх на рахунок 203 «Паливо» на окремий субрахунок «Паливо по талонах», де вони будуть обліковуватися як отримане паливо за його видами і марками, за кількістю палива, а також за вартістю його придбання відповідно до ПСБО №9 «Запаси».

Отже, вважаємо, що внесення запропонованих змін до інструктивних документів, впровадження їх у практику буде сприяти впорядкуванню бухгалтерського обліку виробничих запасів і продукції сільськогосподарського виробництв та відображення їх наявності в бухгалтерському балансі.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО АУДИТУ ПРИ ОДЕРЖАННІ ЗНАНЬ ПРО БІЗНЕС КЛІЄНТА

Назаренко О.В., к.е.н., доцент

Питання, пов'язані з охороною довкілля, стають важливими для дедалі більшої кількості суб'єктів господарювання і, за певних обставин, можуть суттєво впливати на фінансові звіти цих підприємств. Такі питання дедалі більше цікавлять користувачів фінансових звітів. Відповідальність за визнання, оцінку й розкриття інформації з таких питань покладається на управлінський персонал.

Для деяких суб'єктів господарювання, питання, пов'язані з охороною довкілля, не є важливими, проте, якщо вони є важливими для суб'єкта господарювання, може існувати ризик суттєвого викривлення (у тому числі невідповідного розкриття) фактів у фінансових звітах у результаті питань, пов'язаних з охороною довкілля. За таких обставин аудитор повинен розглянути питання, пов'язані з охороною довкілля, при проведенні аудиту фінансових звітів.

Питання, пов'язані з охороною довкілля, можуть бути комплексними, а отже, можуть потребувати додаткового розгляду з боку аудитора. Аудиторові може бути необхідно проконсультуватися з експертом з охорони довкілля, оцінюючи отримані від посадових осіб суб'єкта господарювання відповіді на питання, пов'язані з екологією. При одержанні знання про бізнес, уявлення про середовище контролю і процедури контролю клієнта з погляду екології, до найбільш актуальних з них слід віднести (проте питання слід коригувати із урахуванням конкретних обставин кожного завдання):

1. Знання бізнесу клієнта:

- чи працює суб'єкт у галузі, схильній до впливу значного екологічного ризику, що може негативно вплинути на фінансові звіти суб'єкта господарювання;
- які екологічні проблеми в цілому існують у галузі суб'єкта господарювання;
- які закони й нормативні акти з охорони довкілля можуть застосовуватися до суб'єкта господарювання;
- чи використовуються будь-які речовини у процесі виготовлення продукції (у процесі виробництва) суб'єкта господарювання, від використання яких треба поступово відмовлятися відповідно до вимог законодавства або добровільного рішення, прийнятого в галузі клієнта;
- чи контролюють правоохоронні органи дотримання суб'єктом господарювання вимог законів, нормативних актів і ліцензій з охорони довкілля;
- чи заплановані будь-які заходи для запобігання, усунення чи виправлення шкоди, завданої довкіллю, чи заходи з консервації відновлюваних і не відновлюваних ресурсів;
- чи мали раніше місце штрафи або судові справи, порушені проти суб'єкта господарювання та його директорів у зв'язку з питаннями, пов'язаними з охороною довкілля;
- чи розглядаються будь-які судові справи, що стосуються дотримання законів і нормативних актів з охорони довкілля;
- чи покриває страховка екологічні ризики.

2. Середовище і процедури контролю:

- якими є ідеологія й оперативний стиль управлінського персоналу щодо екологічного контролю в цілому (оцінюється аудитором на основі знання суб'єкта господарювання в цілому);
- чи передбачає структура діяльності суб'єкта господарювання розподіл обов'язків з екологічного контролю між окремими особами;
- чи є в суб'єкта господарювання екологічна інформаційна система, заснована на вимогах органів регулювання чи власній оцінці екологічних ризиків;
- чи опублікував (добровільно) суб'єкт господарювання звіт з екологічної діяльності, якщо так, то чи був звіт перевірений незалежною третьою стороною;
- чи діють процедури контролю для виявлення й оцінки екологічного ризику, для моніторингу дотримання законів і нормативних актів з охорони довкілля і для моніторингу можливих змін у законодавстві з охорони довкілля, що можуть вплинути на суб'єкт господарювання;
- чи є в суб'єкта господарювання процедури контролю для роботи зі скаргами працівників або третіх осіб з питань, пов'язаних з охороною довкілля, включаючи проблеми зі здоров'ям;
- чи є в суб'єкта господарювання процедури контролю щодо роботи з небезпечними відходами та їх захоронення відповідно до юридичних вимог;
- чи застосовуються процедури контролю з виявлення й оцінки екологічних небезпек, пов'язаних з продуктами і послугами суб'єкта господарювання, відповідна система передачі клієнтам інформації про необхідні профілактичні заходи (за потреби);
- чи знає управлінський персонал про існування і можливий вплив на фінансові звіти: будь-якого ризику виникнення зобов'язання в результаті забруднення землі, ґрунтових вод і водоймищ, забруднення повітря, незадоволених скарг працівників чи третіх осіб з питань, пов'язаних з охороною довкілля.

Рівень знань аудитора з питань, пов'язаних з охороною довкілля, необхідний для окремого завдання, зазвичай менший, ніж обсяг знань управлінського персоналу й експертів. Проте рівень

знань аудитора повинен бути достатнім, щоб він міг виявити і зрозуміти події, операції й методи практичної роботи, що стосуються питань, пов'язаних з охороною довкілля, і можуть мати суттєвий вплив на фінансові звіти й аудит.

ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Голуб В.О., студ. 5 курс ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Дегтяренко А. В.

З метою забезпечення безперервної діяльності підприємства, воно повинно мати в своєму розпорядженні ті або інші матеріальні запаси. Запаси - матеріальні ресурси (засоби виробництва, предмети споживання, інші цінності), необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування сфери нематеріального виробництва та задоволення потреб населення, які зберігаються на складах або в інших місцях з метою їх наступного використання.

Складовою частиною запасів є готова продукція, виробництво та реалізація якої є основним видом діяльності більшості підприємств України та вагомим джерелом отримання прибутку. У навчальному посібнику під редакцією Хам'яна Р.Л. та Лемішовського В.І. наведене наступне визначення: «Готовою продукцією вважають конкретні вироби, що пройшли всі стадії технологічної обробки на цьому підприємстві, відповідають встановленим стандартам чи технічним умовам, прийняті відділом технічного контролю і здані на склад або безпосередньо замовнику. Готова продукція становить основну частину товарної продукції підприємства. В основному готова продукція призначена для реалізації, але певна її частина може споживатися на підприємстві. До готової продукції зараховують також виконані для замовників роботи та послуги автотранспорту, ремонтного виробництва, будівельно-монтажні роботи».

Такі автори, як Голенко О.М., Ловінська Л.Г., Жилкіна Л.В. наводять наступне визначення готової продукції: «До готової продукції належить продукція, обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання згідно з умовами договору із замовником, відповідає технічним умовам і стандартам». Схожу думки до визначення готової продукції мають і такі автори, як Бутинець Ф.Ф., Васи-ленко Ю.А., Лайчук С.М., Олійник О.В., Чебанова Н.В., Шигун М.М.

В бухгалтерському обліку готова продукція повинна оцінюватись у відповідності до П(С)БО 9 "Запаси" за первісною вартістю. Але оскільки така вартість може бути визначена лише після збирання всіх витрат та калькулювання її фактичної собівартості, постає потреба в щоденному обліку наявності та руху готової продукції для визначення її вартісних характеристик.

При відображенні продажу готової продукції в бухгалтерському обліку зазначаються дві оцінки:

- оцінка, що прийнята підприємством згідно з обліковою політикою - первісна вартість (по дебету рахунку 901 "Собівартість реалізації готової продукції");
- оцінка, що визначається за домовленістю сторін.

Отже, одним із основних завдань цінового обліку готової продукції є приведення різної продукції промисловості до єдиного виразу - цінового показника, який дає можливість зробити підсумок різної продукції як одиничних виробничих одиниць, так і промисловості в цілому.

Для узагальнення інформації про наявність та рух готової продукції підприємства планом рахунків передбачено рахунок 26 "Готова продукція", для готової продукції рослинництва та тваринництва - рахунок 27 «Сільськогосподарська продукція». За дебетом рахунків 26, 27 відображається надходження готової продукції з власного виробництва, а за кредитом - її реалізація, використання для внутрішніх потреб та інших цілей. Залишок є тільки дебетовим і показує фактичну виробничу собівартість готової продукції на кінець звітного періоду.

Побудова обліку готової продукції можлива за різними варіантами. Продукція, яка має кількісні, якісні та вартісні характеристики, може бути здана на склад, а звідти відбуватиметься її відвантаження (продаж) та реалізація. Водночас можливий інший підхід (здебільшого на дрібних підприємствах), коли готова продукція не передається на склад, а нагромаджується безпосередньо у виробника, звідки її відвантажують або передають покупцеві та реалізують. Продукція, яка не має кількісних характеристик, - робота, послуга (посередництво) або великогабаритні вироби - будинок, пароплав - безпосередньо передається з виробництва покупцеві (замовникові).

Бухгалтерський облік повинен забезпечити дані не лише про обсяг продукції та доходи від її реалізації, але й про асортимент продукції, сегменти ринку, масштаби продажу, ціни, продуктивність праці, якість продукції, собівартість, витрати на збут, витрати на маркетингові дослідження, канали збуту й витрати на їх функціонування та інші показники, необхідні для управління процесом збуту .

Отже, облік готової продукції повинен бути організований на всіх етапах її руху. Організація та методика обліку готової продукції на підприємстві являється невід'ємною частиною облікової політики підприємства. Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належать до компетенції його власника (власників) або уповноваженого органу (посадової особи) відповідно до законодавства та установчих документів.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: АНАЛІТИЧНИЙ ТА ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТИ

Марініна Н.О., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Дегтяренко А.В.

У процесі здійснення виробничої та комерційної діяльності в підприємства виникає дебіторська заборгованість за розрахунками з покупцями продукції. Господарська практика сільськогосподарських підприємств свідчить, що на розрахунки з покупцями за відвантажену продукцію припадає більше ніж 80% загального обсягу дебіторської заборгованості, що робить її одним з основних об'єктів фінансового управління підприємства.

В умовах світової фінасово-економічної кризи, яка супроводжується неплатежами за товари (роботи, послуги), особливо зростає роль ефективного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її повернення та запобігання безнадійним боргам на підприємствах.

Згідно з П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість", дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів. Відповідно дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Виникнення дебіторської заборгованості – це об'єктивний процес, який зумовлений існуванням ризиків при проведенні взаєморозрахунків між контрагентами за результатами господарської операції. Проте на її розмір та структуру впливає ряд факторів, які можна поділити на три основні групи:

1) загальноекономічні (зовнішні) фактори (стан економіки в країні, ефективність грошово-кредитної політики НБУ, рівень інфляції, стан розрахунків тощо);

2) галузеві фактори (стан галузі, де працює фірма; динаміка виробництва цього виду продукції та попит на неї);

3) внутрішні фактори (організаційно-правова структура та форма власності підприємства, фінансовий менеджмент підприємства тощо).

Головна мета управління дебіторською заборгованістю в умовах фінансово-економічної кризи полягає в мінімізації її обсягу та строків інкасації боргу. Абсолютно очевидно, що несплачена сума (наприклад, 10 тис. дол. США) за відвантажену у 2008 р. продукцію не буде дорівнювати цій самій сумі в наступні роки, оскільки активи не мають постійної вартості та зазнають впливу інфляційних процесів, які в умовах кризи збільшуються. Крім того, якщо існує дебіторська заборгованість в іноземній валюті, через нестабільність курсу валюти ризик її несплати значно збільшується.

Таким чином, на сьогодні як пріоритетні напрями управління дебіторською заборгованістю підприємства можна визначити такі:

1. Організація повного та достовірного обліку дебіторської заборгованості підприємства й перенесення облікових даних до його звітності.
2. Аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості підприємства в попередніх періодах.
3. Визначення кола потенційних дебіторів та суворе планування дебіторської заборгованості підприємства на майбутні періоди.
4. Оптимізація структури дебіторської заборгованості підприємства.
5. Постійний моніторинг дебіторської заборгованості.
6. Визначення можливості застосування кредитної політики щодо окремих покупців продукції та формування її принципів і умов.
7. Прискорення процесу погашення дебіторської заборгованості за допомогою сучасних форм її рефінансування.
8. Здійснення ефективного контролю за формуванням та погашенням дебіторської заборгованості підприємства.
9. Розрахунок розміру резерву сумнівних боргів.

Велике значення для ефективного управління дебіторською заборгованістю також має її класифікація, під час якої за основу беруть такі основні критерії:

1) строк погашення та зв'язок з нормальним операційним циклом;
2) об'єкти, щодо яких виникла дебіторська заборгованість;
3) своєчасність погашення розрахунками.

Залежно від своєчасності погашення неоплачена дебіторська заборгованість поділяється на безнадійну та сумнівну.

Безнадійна дебіторська заборгованість – це поточна дебіторська заборгованість, щодо якої є певність про її неповернення боржником або за якою закінчився термін позовної давності (3 роки).

Сумнівним боргом є заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги, щодо якої є непевність у тому, що вона буде погашена боржником.

Для достовірності облікових даних та правильності відображення дебіторської заборгованості у звітності підприємства важливу роль відіграють її правильне визнання та достовірна оцінка.

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ніколенко О.В., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Дегтяренко А.В.

Основна проблема організації оплати праці в сучасних умовах полягає у встановленні адекватною ринковим відносинам системи оплати праці. Існуючі системи організації оплати праці засновані на старих принципах її організації, що не відповідає сучасним вимогам. Організація заробітної плати, заснована на використанні її традиційних елементів у вигляді тарифних ставок і окладів, різного виду премії, доплат і надбавок, слабо сприйнятлива до науково-технічного прогресу, підвищення якості продукції, економії ресурсів. Всілякі премії, доплати і надбавки втратили стимулюючу роль і перетворилися по суті на механічну надбавку до тарифних ставок і посадових окладів, як правило, не пов'язану з результатами праці. Більш за те, вони настільки ускладнюють організацію заробітної плати, що вона стає недоступною для розуміння.

Першочергові перетворення в організації оплати праці слід провести, щоб вона відповідала сучасним умовам господарювання: перш за все треба остаточно відмовитися від використання гарантованих тарифних ставок і посадових окладів. Річ у тому, що перевищення міри праці, за яку виплачується ставка або оклад, або не припускає збільшення і не супроводжується зростанням його оплати, або це збільшення незначне і слабо відчутно для трудящих. Тому тарифні ставки і посадові оклади працівники традиційно пов'язують з тим граничним рівнем кількості і якості праці, перевищення якої матеріально не вигідно для них.

Одним з рушійних важелів у цьому напрямку є впровадження безтарифної системи заробітної плати, відмовившись від використання гарантованих ставок і окладів в практиці організації оплати праці. Такі моделі розроблені і досить успішно застосовувалися на ряду підприємств. Вони багато в чому схожі і засновані на пайовому розподілі засобів, призначених на оплату праці, залежно від різних критеріїв. В основі пропонованої безтарифної моделі організації заробітної плати — співвідношення в оплаті праці різної якості залежно від кваліфікаційних груп працівників, розрядів, професії, посад і т.д.

Звичайно, при цьому необхідно враховувати інтенсивність праці, виконання норм і встановлених завдань, фактично відпрацьований час і інші умови, які нескладно передбачити. З урахуванням сказаного можна розробити сітку співвідношень в оплаті праці працівників і використовувати її при організації заробітної плати. Розрив між крайніми співвідношеннями в оплаті праці першою і останньою з кваліфікаційних груп працівників повинен бути достатнім для стимулювання праці різної складності і в той же час не допускати необґрунтовано високої диференціації в оплаті праці. Слід зазначити, що до цих пір немає достатньо ґрунтовних наукових, розробок і рекомендацій по встановленню оптимальних співвідношень в оплаті праці працівників різних категорії і кваліфікаційних груп. За наслідками досліджень АМН України зроблений висновок про те, що потенціал працівників споріднених категорій співвідноситься, як 1:3. Наприклад, серед всіх робочих найбільш обдаровані, кваліфіковані, добросовісні і т.п. можуть показати результати в 3 рази більші (кращі) в порівнянні з мінімальним ефектом інших.

Головними вимогами до організації заробітної плати на підприємстві, що відповідають як інтересам працівника, так і інтересам працедавця, є забезпечення необхідного зростання заробітної плати при зниженні її витрат на одиницю продукції і гарантії підвищення оплати праці кожного працівника у міру зростання ефективності діяльності підприємства в цілому.

Правильно організувати в сучасних умовах заробітну плату на підприємстві неможливо без її основоположного елементу-нормування праці, яке дозволяє встановити відповідність між об'ємом витрат праці і розміром його оплати в конкретних організаційно-технічних умовах. Але не можна забувати, що перебудова організації заробітної плати відповідно до вимог ринкової економіки не знімає необхідності рішення задач, що стоять перед системою заробітної плати.

Це - підвищення матеріальної зацікавленості кожного у виявленні і використанні резервів ефективності своєї праці, виключення можливостей отримання незароблених грошей і усунення випадків зрівняльності в оплаті праці, досягнення прямої залежності заробітної плати всіх працівників від індивідуальних і колективних результатів праці, поліпшення співвідношень в оплаті праці працівників різної категорії і професійно-кваліфікаційних груп з урахуванням складності виконуваних робіт, умов праці, пріоритетів, що склалися, в оплаті праці працівників, що враховують дефіцитність тих або інших професій, вплив різних груп що працюють на досягнення високих кінцевих результатів і конкурентоспроможність виробництва.

Вибір систем оплати не є довільним. Кожна система оплати ефективна тільки в тому випадку, якщо вона відповідає конкретним умовам (технічним, організаційним, економічним, соціально-психологічним і т.д.).

Головними вимогами до організації заробітної плати на підприємстві і відповідно критерієм її ефективності є забезпечення реального зростання заробітної плати при зниженні її витрат на одиницю продукції і гарантія підвищення оплати праці кожного працівника у міру зростання ефективності діяльності підприємства в цілому.

ОБЛІК ПАЛИВА І ПАЛИВО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Клименко Є.О., студ 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к. е н., доцент Ільїн В.К.

Одним із основних елементів витрат автотранспорту є вартість паливно-мастильних матеріалів для надання автотранспортних послуг. Під час надходження паливно-мастильних матеріалів на склад або до паливно-роздавальної колонки матеріально відповідальна особа — заправник (комірник) має оприбуткувати нафтопродукти, що надійшли зі складанням первинного документа (прибуткового ордеру тощо) і зробити необхідні записи в Журналі обліку нафтопродуктів із зазначенням дати надходження матеріалів, номера цистерни, номерів квитанції й товарно-транспортної накладної постачальника. Сторінки журналу мають бути прошнуровані, пронумеровані, скріплені підписами посадових осіб і печаткою підприємства. Приймання та оприбуткування палива і паливно-мастильних матеріалів здійснюється на підставі товарно-транспортної накладної (форма № 1-ТН, затверджена наказом № 488/346) з використанням штампу (позначення) про оприбуткування.

Якщо паливо і паливно-мастильні матеріали надійшли на підприємство без товаросупровідних документів або при оприбуткуванні виявлено невідповідність якості та кількості запасів даним супровідних документів, то складається акт про приймання матеріалів (форма М-7, затверджена наказом № 193) за участю матеріально відповідальної особи та представника відправника (постачальника) або представника незацікавленої організації. Якщо такі запаси надійшли залізницею, складається комерційний акт, форму якого затверджено наказом № 334. Після приймання цінностей акти з доданими документами (товарно-транспортними накладними) передаються: один - до бухгалтерії підприємства для обліку переміщення (руху) матеріальних цінностей, другий - до відділу постачання або юридичного відділу для направлення листа-претензії постачальнику.

Після приймання палива і паливно-мастильних матеріалів акти з доданими документами (товарно-транспортними накладними) передаються: один до бухгалтерії підприємства для обліку переміщення (руху) ТМЦ, другий - до відділу постачання або юридичного відділу для направлення листа-претензії постачальнику.

На підставі первинних документів, за якими на підприємстві здійснюють приймання і відпуск нафтопродуктів, матеріально відповідальна особа (заправник, комірник) складає Звіт про рух нафтопродуктів, який разом із первинними документами подає до бухгалтерії. Це слугує підставою для відображення в облікові руху нафтопродуктів. Втрати нафтопродуктів під час зачищення резервуарів і технологічних нафтопродуктопроводів списують за окремими актами, що складають на кожен випадок зачищення. Придбання паливно-мастильних матеріалів у дорозі на сторонніх АЗС відображають в авансовому звіті водія. До авансового звіту додають документи, що підтверджують придбання цих матеріалів. У подорожньому листі також має бути позначка АЗС про кількість виданого палива.

Облік талонів на нафтопродукти здійснює призначена керівником матеріально відповідальна особа у Книзі обліку талонів на нафтопродукти. Книга має бути пронумерована, прошнурована, підписана керівником і головним бухгалтером підприємства і затверджена печаткою. Записи в ній здійснюють щоденно за даними документів на оприбуткування і списання талонів на нафтопродукти. Оприбуткування талонів фіксують у книзі на підставі накладних на відпуск матеріальних цінностей (талонів на нафтопродукти). Списання талонів проводять згідно із видатковими ордерами (накладними). Видатковий ордер оформлюють на кожного водія, який отримує талони на нафтопродукти в підзвіт. Він містить такі обов'язкові реквізити: прізвище, ім'я, по батькові особи, яка отримує талони, номінал одного талону, загальну суму отриманих талонів, підписи матеріально відповідальної особи та водія. Видача палива і паливно-мастильних матеріалів для інших виробничих потреб здійснюється на підставі лімітно-забірних карток або за актом-вимогою (типових форм № М-8, № М-10, № М-11, затверджених наказом № 193) за наявності на них підписів осіб, яким наказом керівника підприємства надано право давати дозвіл на відпускання палива і паливно-мастильних матеріалів.

Невикористані талони підлягають поверненню в терміни, встановлені підприємством, а також при поверненні з тривалих рейсів, при виході водія у відпустку, при переведенні автотранспортного засобу на ремонт або техогляд. Повернення талонів підтверджується спеціальною відомістю. При цьому водій ставить особистий підпис у цій відомості, а особа, яка приймає талони, - в дорожньому листі. Акт підписується водієм і особою, яка ці талони приймає. Акт додається до відомості повернення талонів.

На підставі первинних документів, за якими на підприємстві провадиться надходження і видача ПММ (прибуткові накладні, акти про приймання, відомості про видачу пального, відомості про повернення тощо) матеріально відповідальні особи складають звіт про рух ПММ. На автотранспортних підприємствах такий звіт складається щодня або щозміни. Звіт подається до бухгалтерії. Бухгалтер на підставі цього звіту виконує відповідні цим діям (подіям) бухгалтерські проведення у синтетичних і аналітичних регістрах.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ЗГІДНО ВИМОГ ДІЮЧИХ СТАНДАРТІВ

Коваленко М.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко О.В.

Україна як європейська держава інтегрується у світове співтовариство не лише за економічними та соціальними напрямками, але також повинна мати відповідну законодавчу та нормативну базу для забезпечення належного економічного та соціального розвитку, який відповідає європейським вимогам та стандартам.

Не пройшла стороною ця проблема і організацію бухгалтерського обліку у сільському господарстві. Зважаючи на виняткову важливість, науковцями та господарськими практиками проводиться вивчення та узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду щодо обліку біологічних активів у сільськогосподарських підприємствах.

Значний внесок у розв'язання завдання щодо адаптації обліку біологічних активів до умов країн світового простору зробили українські науковці, зокрема Дем'яненко М. Я., Коцупатрий М. М., Михайлов М. Г., Моссаковський В. Б., Огійчук М. Ф., Жук В. М. та ін.

Так 18 листопада 2005 р. Міністерством фінансів було прийнято наказ № 790 «Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», яким визначено методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про біологічні активи і одержані в процесі їх біологічних перетворень додаткові біологічні активи й сільськогосподарську продукцію та розкриття інформації про них у фінансовій звітності.

Визначення біологічного активу наведене у стандарті свідчить про те, що біологічний актив – тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб економічні вигоди.

Водночас у стандарті визначено, що довгострокові біологічні активи – усі біологічні активи, які не є поточними біологічними активами. Ніби все зрозуміло, але ж на якому тоді рахунку бухгалтерського обліку (на 107 або ж 163) обліковувати поголів'я основного стада великої рогатої худоби, свиней та овець.

Тобто розмежувати поточний біологічний актив у рослинництві та готову сільськогосподарську продукцію є досить проблематичним і створює додаткові проблеми у організації та веденні обліку на сільськогосподарському підприємстві.

Аналогічна ситуація і з обліком поточних біологічних активів у тваринництві. Так, згідно із П(С) БО 30 до них відносять тварини на вирощуванні і відгодівлі (від яких можна отримати лише приріст живої маси та гній), доросла птиця та сім'ї бджіл. Не визначено, де обліковувати молодняк племінних та робочих коней, а також звірів та кролів.

Стосовно довгострокових біологічних активів у рослинництві, то тут ситуація є також значно складною. Так до них відносять лише виноградники, сади, дерева в лісі (лісовий масив). Перелік довгострокових біологічних активів рослинництва є досить вичерпним.

Наприклад, до складу поточних біологічних активів рослинництва віднесено зернові культури, овочеві культури, технічні культури, кормові культури, розсадники і все. Водночас у цьому ж стандарті визначено, що сільськогосподарська продукція – це актив, одержаний в результаті відокремлення від біологічного активу, призначений для продажу, переробки або внутрішньогосподарського споживання.

Тобто незрозуміло все ж таки, які біологічні активи слід обліковувати на рахунку 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю» які рослини та за якою вартістю, для того, щоб оцінити їх як біологічний актив. За якою вартістю можна оцінити біологічний актив – зернові культури. За вартістю насіння, але насіння не є біологічним активом, якщо його своєчасно не посіяти та не доглядати. А якщо посіяти, то це вже і не біологічний актив, а витрати на виробництво сільськогосподарської продукції.

В той же час в Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій зазначено, що рахунок 21 «Поточні біологічні активи» призначено для обліку й узагальнення інформації про наявність та рух поточних біологічних активів тваринництва, зокрема тварин, що перебувають на вирощуванні та відгодівлі, птиці, звірів, кролів, сімей бджіл, а також худоби, вибракуваної з основного стада й реалізованої без ставлення на відгодівлю, тварин, прийнятих від населення для реалізації, та рослинництва, які оцінюються за справедливою вартістю, зокрема зернові, технічні, овочеві та інші культури тощо.

У самій інструкції навіть відсутня кореспонденція рахунків бухгалтерського обліку з обліку надходження та вибуття поточних біологічних активів.

Отже, для урегулювання усіх цих питань слід внести зміни до П(С)БО 30 із залученням фахівців Міністерства аграрної політики України, провідних бухгалтерів-практиків, що дасть змогу забезпечити облік біологічних активів сільськогосподарських підприємств відповідно до вимог чинного законодавства та світової практики.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Гордієнко М.І., к.е.н, доцент
Олексієнко І.О., слухач магістратури

Трансформація адміністративно-планової економічної системи в ринкову зумовила відродження і правове закріплення різних форм власності. В умовах аграрної реформи набуває актуальність дослідження процесів функціонування товариств з обмеженою відповідальністю.

Відсутність належного контролю, нестабільність виробничо-господарських зв'язків, високі відсоткові ставки на кредитні ресурси, недостатньо високий рівень законодавчої бази, та інше, в деякій мірі пояснюють складність формування початкового капіталу.

Не підлягає сумніву позиція А.І. Бланка про те, що рівень ефективності майбутньої господарської діяльності створюваного підприємства багато в чому визначається цілеспрямованим формуванням його капіталу. Головною метою формування капіталу створюваного підприємства є залучення достатнього його обсягу для фінансування придбання необхідних активів, а також оптимізація його структури з позиції забезпечення умов наступного ефективного використання.

Проблемні питання з бухгалтерського обліку статутного капіталу в товариствах з обмеженою відповідальністю висвітлено в працях українських вчених: Ф.Ф.Бутинець, В.В. Сопко; російських – М.Ю.Медвєдєва, В.Д. Новодворського, В.В. Маріна та інших.

Серед різних вчених не існує єдиної точки зору, щодо визначення поняття капітал.

Статутний капітал – це сума внесків засновників підприємства, яка виступає, як мінімальна вартість активів підприємства і гарантія інтересів кредиторів цього підприємства.

Вважаємо за доцільне уточнити визначення статутного капіталу для товариств з обмеженою відповідальністю. На наш погляд, статутний капітал – це вид капіталу за організаційно-правовою формою підприємства, розмір якого визначається установчими документами, відповідно до чинного законодавства і є сукупністю внесків засновників (учасників) в майно під час створення підприємства для забезпечення його статутної діяльності. Питання формування статутного капіталу частково регламентовані нормами Цивільного кодексу, Господарського кодексу, Законом про Господарські товариства, та Законом про Акціонерні товариства.

Внесками до статутного капіталу можуть бути:

1) грошові кошти (в т.ч. в іноземній валюті);
2) цінні папери (акції, облігації, інвестиційні сертифікати і т.д.);
3) інше майно (нерухомість, обладнання, техніка та інші матеріальні цінності);
4) майнові права, що мають грошову оцінку (права на об'єкти інтелектуальної власності, патенти, винаходи, знаки для товарів і послуг, а також права на користування майном).

Під час формування статутного капіталу слід дотримуватись наступних вимог:

- врахування перспектив розвитку господарської діяльності підприємства;
- відповідно обсягу власних джерел формування засобів обсягу сформованих активів підприємства;
- забезпечення оптимальної структури капіталу з позиції фінансової стійкості підприємства;
- забезпечення необхідного фінансового контролю над діяльністю підприємства з боку його засновників.

Формування статутного капіталу товариств з обмеженою відповідальністю має ряд особливостей, основними з яких є наступні: для формування капіталу підприємства можуть бути використані лише внески засновників – фізичних і юридичних осіб; внесками можуть бути як оборотні, так і необоротні активи; чинним законодавством визначено мінімальний розмір статутного капіталу товариства з обмеженою відповідальністю та обмеження щодо внесків до статутного капіталу. Установчими документами підприємства також можуть визначатися обмеження щодо внесків до статутного капіталу в межах чинного законодавства.

Важливим моментом при формуванні статутного капіталу товариства є строки і розмір внесення засновниками своєї частки, яка становить не менше 50%. Решта 50% статутного капіталу повинна бути сформована протягом одного року із моменту створення товариства. Якщо ця вимога не може бути виконана, то товариство зобов'язане оголосити про зменшення статутного капіталу до розміру фактично внесених засновниками внесків, оголосити про ліквідацію товариства лише в тому випадку, якщо після зменшення статутного капіталу його розмір стане меншим, ніж установлений законодавством мінімальний розмір статутного капіталу. Уникнути це можливо лише за допомогою відновлення статутного капіталу до колишнього розміру за рахунок внесків інших учасників товариства. В даному випадку мінімальний розмір статутного капіталу береться на момент створення ТОВ.

Отже, на нашу думку, формування статутного капіталу питання дуже складне, так як успішно сформований капітал – це основа незалежності підприємства.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОРЕНДИ В ОРЕНДАРЯ

Лазуткіна Л.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко О.В.

Методичні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про оренду необоротних активів та її розкриття у фінансовій звітності визначаються П(С)БО 14 «Оренда». Суб'єкт, який взяв майно в оренду, називається орендарем, а той хто надав це майно – орендодавцем. Об'єкт операційної оренди у орендаря обліковується на позабалансовому рахунку 01 «Орендовані необоротні активи» за вартістю, зазначеною в договорі оренди.

При передачі об'єкта в оренду одержувач подає орендодавцю довіреність на отримання цінностей. У орендаря має бути копія інвентарної картки або виписка з інвентарної книги, що додається орендодавцем до акта приймання-передачі орендованих об'єктів. Ці картки зберігаються у орендаря окремо. Після повернення об'єкта оренди оформленого з використанням довіреності орендодавцю орендар списує його з позабалансового обліку, вилучає з картотеки копію відповідної картки і разом з актом приймання-передачі підшиває до документів за поточний місяць.

Орендна плата визнається іншими витратами операційної діяльності, тобто відображається на рахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності».

Якщо об'єкт оренди використовується для обслуговування і управління підприємством, орендна плата відображається по дебету рахунку 92 «Адміністративні витрати», якщо об'єкт оренди використовується у виробництві – по дебету рахунку 23 «Виробництво» тощо.

Орендар відображає в бухгалтерському обліку одержаний у фінансову оренду об'єкт одночасно як актив і зобов'язання за найменшою на початок строку оренди оцінкою: справедливою вартістю активу або теперішньою вартістю суми мінімальних орендних платежів. Це зумовлено тим, що всі ризики та вигоди від його використання на період, що становить значну частину терміну експлуатації, фактично належать орендарю.

Оскільки по закінченні строку фінансової оренди право власності на орендований об'єкт переходить до орендаря або об'єкт тривалий час знаходиться у орендатора, то облік цього об'єкта ведеться на окремому субрахунку рахунка 10 «Основні засоби» з моменту початку строку оренди. Різниця між сумою мінімальних орендних платежів та вартістю об'єкта фінансової оренди, за якою він був відображений у бухгалтерському обліку орендаря на початку строку фінансової оренди, є фінансовими витратами орендаря і відображається у бухгалтерському обліку і звітності лише в сумі, що відноситься до звітного періоду. Розподіл фінансових витрат між звітними періодами протягом строку оренди здійснюється із застосуванням орендної ставки відсотка на залишок зобов'язань на початок звітного періоду.

Орендна ставка відсотка - ставка відсотка, за якою теперішня вартість суми мінімальних орендних платежів та негарантованої ліквідаційної вартості дорівнює справедливій вартості об'єкта фінансової оренди на початок строку оренди. Негарантована ліквідаційна вартість — частина ліквідаційної вартості об'єкта оренди, отримання якої орендодавцем не забезпечується або гарантується лише пов'язаною з ним стороною. Якщо в угоді про фінансову оренду не вказана орендна ставка відсотка, то для визначення теперішньої вартості суми мінімальних орендних платежів і розподілу фінансових витрат орендар застосовує ставку відсотка на можливі позики орендаря. Ставка відсотка на можливі позики орендаря — ставка відсотка, яку мав би сплачувати орендар за подібну операцію або (якщо цей показник визначити неможливо) ставка відсотка за позиками для придбання подібного активу (на той самий термін та з подібною гарантією) на початок строку оренди.

Амортизація об'єкта фінансової оренди нараховується орендарем протягом періоду очікуваного використання активу відповідно до П(С)БО 7«Основні засоби» та П(С)БО 8«Нематеріальні активи». У разі, якщо орендар набуває права власності наприкінці строку оренди, він нараховує амортизацію орендованого активу, виходячи з періоду його корисного використання. Якщо ж перехід права власності до орендаря не передбачений, орендований актив повністю амортизується протягом менш тривалого з двох періодів: строку оренди або строку корисної експлуатації активу.

Витрати орендаря на поліпшення об'єкта фінансової оренди (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що приводять до збільшення майбутніх економічних вигід, які первісно очікувалися від його використання, відображаються як капітальні інвестиції, що включаються до вартості об'єкта фінансової оренди. Такі витрати відображаються на рахунку 15 «Капітальні інвестиції».

Витрати, які здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані: поточний ремонт, сезонні роботи тощо відносяться на витрати звітного періоду, їх слід відображати на відповідних витратних рахунках: 91, 92, 93, 23, 94.

Отже, облік оренди в орендаря є досить актуальним процесом сьогодення. Характер ведення бухгалтерського обліку орендованого майна безпосередньо залежить від характеру договору оренди. Прийняті в операційну оренду необоротні активи обліковуються в орендаря за балансовою (залишковою) або за первісною вартістю орендодавця згідно з договором операційної оренди.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ АДМІНІСТРАТИВНИХ ВИТРАТ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Кириченко М.О., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко О.В.

Витрати – це багатогранне економічне поняття, яке застосовується в різних значеннях. У широкому розумінні витрати розглядаються як грошові та натуральні вилучення в процесі фінансово-господарської діяльності підприємства. У вузькому значенні витрати – це вихідний потік грошових коштів та матеріальних ресурсів (інших факторів виробництва) в одиницю часу (годину, тиждень, місяць, рік).

Постійне зростання суми та питомої ваги адміністративних витрат у загальній сумі витрат підприємства обумовлює необхідність пошуку оптимальних методик їх обліку, адаптованих до потреб керівництва та інших користувачів економічної інформації. Вдосконалення бухгалтерського обліку адміністративних витрат підприємств є складовою подальшого вдосконалення процесу управління господарською діяльністю підприємств у ринкових умовах та покращення їхніх фінансових результатів. Організацію і розвиток фінансового й управлінського обліку адміністративних витрат, а також їх аналіз і контроль досліджували такі вчені: Ф. Бутинець, С. Голов, В. Рудницький, В. Сопко, В. Швець, З. Гуцайлюк, В. Єфименко, М. Кужельний, В. Лінник, В. Івашкевич, В. Палій, Я. Соколов та інші.

Практика свідчить, що на сільськогосподарських підприємствах часто вдаються до зменшення частки адміністративних витрат. Адже зменшення матеріальних ресурсів для зниження витрат підприємства – це не завжди обґрунтований і бажаний поворот в діяльності підприємства. Тож чи не єдиним варіантом залишається зменшення адміністративних витрат. Але мова йде не про економію адміністративних витрат, а про створення оптимального рівня витрат для кожного окремого підприємства. Зменшення адміністративних витрат веде за собою цілий ряд негативних наслідків для підприємства: зменшення зацікавленості працівників, вході зменшення їх продуктивності, погіршується загальна робота адміністративного персоналу; погіршення матеріального забезпечення і рівня автоматизації, знижується комунікаційна система підприємства.

Виходячи з особливостей обліку адміністративних витрат можна виділити ряд основних проблем, зокрема таких як:

- неправильне визначення і недостовірна оцінка витрат діяльності;
- неправильне документальне оформлення і несвоєчасне відображення в реєстрах обліку витрат діяльності;
- надання неповної і недостовірної інформації про витрати діяльності для потреб управління.

У сучасних умовах господарювання треба вести ретельний контроль і внутрішній аудит адміністративних витрат, який є економічно обґрунтованим та повинен розвиватися, оскільки перевірені на практиці методи його роботи дають змогу удосконалити систему управління адміністративними витратами, та приймати адекватні заходи по впорядкуванню документообігу в цілому та значно покращити фінансову дисципліну на підприємстві.

Планування адміністративних витрат доцільно проводити за кожним центром відповідальності, враховуючи їх постійний характер та наявність змінної частини в окремих статтях.

Ведення обліку адміністративних витрат за центрами відповідальності та загальний кошторис адміністративних витрат за певний період часу служать вихідною інформацією для матеріального заохочення працівників підрозділів, для раціонального використання адміністративних витрат та забезпечують інформацією керівництво щодо застосування санкцій до винуватців у перевищенні планових сум адміністративних витрат. Тож при прийнятті рішень про зменшення витрат на адміністративні потреби слід бути обачливим і необхідно прослідкувати реакцію на підприємстві, щоб вдало оперувати ситуацією.

Стосовно шляхів вдосконалення обліку адміністративних витрат, можна виокремити наступні:

1) вдосконалення та зміна законодавчої бази з метою забезпечення достовірності інформації про витрати для потреб управління;

2) вдосконалення методики визначення і оцінки витрат діяльності;

3) встановлення більш чіткого та обов'язкового покарання в разі неправильного документального оформлення і невчасного відображення в реєстрах обліку витрат діяльності та в разі надання неповної і недостовірної інформації про витрати діяльності для потреб управління;

4) покращення та вдосконалення комп'ютерних систем призначених для автоматизації облікової роботи;

5) обов'язковість застосування автоматизованих систем обліку на підприємствах, з метою точності та зручності обліку.

6) готовність керівництва підприємства до певних змін і роботи в нових умовах господарювання;

7) наявність менеджменту, який здатен результативно проводити процес управління витратами;

8) гармонізація національних та міжнародних стандартів з обліку витрат.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бабіч І.М., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Орєхова А.І.

За сучасних умов соціально-економічного розвитку підприємств України істотно зростає актуальність проблеми підвищення рівня заробітної плати та вдосконалення механізму управління оплатою праці. Від рівня заробітної плати кожного працюючого українця залежить сукупний дохід населення, в залежності до якого формується попит на товари, роботи, послуги. Відповідно відбувається стимул зростання виробництва. Отже, організація оплати праці є одним з найбільш проблематичних та актуальних питань в економіці.

Раціональна організація та стимулювання праці забезпечує ефективне функціонування виробництва. Заробітна плата покриває витрати на придбання безпосередніх засобів існування та інші потреби (відпочинок, дозвілля).

Зауважимо, що організація оплати праці - це один з найважливіших інструментів, що визначає взаємозв'язок міри праці і міри його оплати. Міру праці визначають кількісні та якісні її аспекти, а міру оплати - прожитковий рівень як вихідний її момент.

У ринковій економіці, що базується на різноманітних формах власності та господарювання, підвищення матеріальної зацікавленості працівників в ефективній роботі має ґрунтуватися на таких умовах оплати праці, які б максимально стимулювали збільшення обсягу продаж, товарів та послуг, підвищення рівня техніки, освіти і професійної підготовки, удосконалення організації виробництва і праці.

Відмітимо, що мистецтво управління ринковою економікою полягає передусім у віднайдені оптимального варіанту поєднання ринкових і державних важелів. Ринок повинен працювати, створювати сильні мотиви, мобільність, ефективність виробництва, а держава - йому активно допомагати, створювати "правила гри", регулювати економіку на макрорівні, всіляко сприяти соціальному миру в суспільстві. Що ж стосується організації оплати праці, то тут украй важливо вирішити аналогічне завдання - віднайти оптимум між державним і договірним регулюванням заробітної плати.

В ідеалі для формування соціально-економічного фонду оплати праці будь-який суб'єкт господарювання повинен забезпечити кожного працівника найкращими умовами праці, стабільним та справедливим доходом, а також соціальними гарантіями.

Загалом можна передбачити, що в недалекому майбутньому вище описані суб'єкти господарювання втратять свої позиції через відсутність необхідних спеціалістів. Виграють тільки ті, які роблять ставку не тільки на матеріально-грошові ресурси, але й на інтелектуальні активи, на професійні здібності персоналу. Адже в більшій мірі людський фактор відіграє вирішальну роль в процвітанні будь-якої компанії.

Пропозиції щодо удосконалення оплати праці на підприємстві:

- забезпечення тісного зв'язку між рівнем зарплати, продуктивності та ефективності;
- доцільно ввести застосування системи участі у прибутках, що дозволить покращити систему оплати праці та підвищити зацікавленість працівників в результатах праці. Доцільним є підвищення ролі профспілок, які на жаль на підприємстві не виконують в повній мірі покладені на них функції;
- резервом у поліпшенні організації оплати праці може бути також творче застосування існуючої системи тарифних ставок, які на даному етапі директивно нав'язуються підприємству державою.

Для того, щоб ефективно формувати і використовувати кошти на оплату праці, можна надати наступні пропозиції:

- на підприємстві треба вивчити виконання завдання зниження трудомісткості продукції;
- здійснювати своєчасний перегляд норм виробітку і розцінок;
- передбачати роботу так, щоб темпи зростання продуктивності праці випереджали темпи зростання її оплати;
- потрібно не допускати перевитрат та непродуктивних виплат, підприємство повинно організовувати систематичний аналіз використання коштів на оплату праці;
- кошти мають бути розподілені відповідно до робітників та їхніх категорій, так як від цього залежить ефективне функціонування усіх працівників на підприємстві;

Проблеми та пропозиції щодо ефективного формування та використання коштів на оплату праці залежить від цілого ряду факторів, які існують в ринкових умовах і постійно змінюється, тому сучасне керівництво повинно звертати велику увагу на вплив цих факторів щодо кожного елементу їх діяльності, що в свою чергу зумовлює необхідність проведення детального аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища використовуючи при цьому, якомога більше удосконалених методів, які б відображали ефективність функціонування підприємства загалом звертаючи особливу увагу не лише на отримання високого прибутку, але й перерозподіл її відповідно до рівня кваліфікації працівників.

АУДИТ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Шевченко К.Ю., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Дегтяренко А.В.

Важливою складовою аудиторської перевірки фінансово-господарського стану підприємства є аудит грошових коштів, який проводиться за такими напрямками: аудит касових операцій; аудит операцій на поточному рахунку, аудит операцій на валютному та інших рахунках у банках. Освоєння методики аудиту касових операцій є важливим, виходячи з таких причин: грошові кошти є найбільш ліквідними активами клієнта.

Велика увага аудитора приділяється вивченню і оцінці системи внутрішнього контролю так як від неї багато в чому залежить довіра аудитора до підприємства і можливість покладатися на свідчення персоналу. Отримавши інформацію аудитор виконує основну частину перевірки: планує подальшу роботу і складає програму аудиторської перевірки.

Основні положення програми являються переліком процедур в ході яких аудитор перевіряє правильність, повноту відображення руху грошових коштів в касі та на рахунках в банках. Одержані дані аудитор фіксує в робочих документах,

Рух готівки відбувається через касові операції, тому під час аудиту вони досліджуються суцільним методом. Особлива увага приділяється питанню забезпечення збереження грошей і дотримання касової дисципліни. Починаючи дослідження операцій з грошовими коштами, аудитору доцільно отримати якомога повнішу інформацію про внутрішній контроль на даній ділянці обліку. З'ясувати, як на підприємстві дотримуються касової дисципліни, наскільки жорстко контролюються операції з готівкою, у тому числі з валютою, наскільки чітко забезпечується санкціонування різних платежів з поточного та інших рахунків підприємства (можна шляхом фактичної перевірки).

Розпочинаючи перевірку касових операцій, аудитор виявляє правильність їх документального оформлення (повнота заповнення реквізитів прибуткових і видаткових документів; обов'язкова реєстрація прибуткових і видаткових ордерів, платіжних відомостей та ін., відсутність виправлень, підчисток тощо). Для цього вивчаються звіти касира з первинними документами і касова книга. Остання має бути пронумерована, прошнурована, опечатана печаткою і вестись в одному екземплярі. Додаткові касові книги дозволяється вести на підприємствах, які мають каси в підрозділах, територіальне віддалених від адміністративного приміщення, а також у разі здійснення операцій з готівковою валютою (по кожній валюті окремо).

Записи в касовій книзі мають бути ідентичними записам у звіті касира і підтверджуватися первинними документами. Якщо на підприємстві облік касових операцій комп'ютеризований, то допускається ведення касового щоденника, листи якого роздруковуються на принтері в двох примірниках. У цьому разі аудитор повинен впевнитися (самостійно чи з допомогою експерта) в захищеності програми від несанкціонованого доступу касира та інших осіб з метою зміни нумерації документів. Під час аудиту касових операцій перевіряються первинні документи: прибутковий касовий ордер, видатковий касовий ордер, журнал реєстрації прибуткових і видаткових ордерів, касова книга, облікові регістри до рахунку "Каса", журнали, баланси за відповідні дати, виписки банків, матеріали внутрішнього аудиту, висновки різних експертів та ін.

Каси підприємств приймають готівку за прибутковими касовими ордерами, що підписані бухгалтером та касиром. Ця операція завіряється печаткою чи штампом касира або відбитком касового апарата. Готівка з каси підприємства видається за видатковими касовими ордерами і належно оформленими такими документами: платіжними відомостями, заявками на видачу грошей, рахунками з проставленими на цих документах штампами з реквізитами видаткового касового ордера. Ці документи на видачу грошей мають бути підписані керівником, головним бухгалтером і касиром чи уповноваженими ними особами. Прибуткові касові ордери і квитанції до них, а також видаткові касові ордери мають бути заповнені чітко.

Під час аудиту на підприємстві слід звернути увагу на законність здійснення операцій з надходження і вибуття грошових документів за рахунком "Інші кошти", на якому ведеться узагальнена інформація про наявність та рух грошових документів у національній та іноземній валютах (поштових марок, марок гербового збору, сплачених проїзних документів, сплачених путівок до санаторіїв, пансіонатів, будинків відпочинку тощо) та про кошти в дорозі. Необхідно провести перевірку на правильність кореспондуючих рахунків за дебетом цього рахунку - з кредитом рахунків довгострокова дебіторська заборгованість, каса, рахунки в банках, розрахунки з різними дебіторами, довгострокові позики, короткострокові позики, розрахунки за іншими операціями та за кредитом цього рахунку з дебетом рахунків - капітальні інвестиції, розрахунки з різними дебіторами, надзвичайні витрати, розрахунки з оплати праці тощо.

Обґрунтовані в робочих документах результати перевірки аудитор викладає на завершальному етапі в аудиторському висновку. Цей висновок являється доказом того відповідає чи ні відображення руху грошових коштів чинному Положенню про ведення касових операцій в національній валюті в Україні, обліковій політиці підприємства, іншим нормативно - правовим актам.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА

Осінній О.В., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Теслюк В.М.

Економічна ефективність виробництва зерна характеризується системою показників, до складу яких входять: урожайність, продуктивність праці, собівартість та ціна реалізації продукції, прибуток на 1га посівної площі, на 1ц зерна і на 1люд.-год., рівень рентабельності виробництва зерна, тощо.

В умовах становлення ринкових відносин, коли ціна на ринку продукції формується головним чином через співвідношення попиту і пропозиції, реально вплинути на підвищення ефективності виробництва зерна та сільськогосподарської продукції в цілому підприємства можуть за рахунок зниження собівартості одиниці виробленої продукції. Для досягнення цієї мети велике значення має своєчасне реагування підприємств на зміну стану операційного процесу. Поряд із загальноприйнятими методами визначення стану доцільно використовувати оцінно-ситуаційний підхід, який не тільки якісно доповнює статистичні та монографічні дані, але й в 6-8 разів скорочує витрати праці. В результаті застосування цього підходу виникає можливість визначити за рахунок чого слід, в першу чергу, починати поліпшення.

Виконання всіх процесів виробництва та реалізації зерна пов'язане з використанням матеріально-технічних ресурсів. Їх рівень, повнота забезпечення та ефективність використання багато в чому визначає рівень як окремих показників так і ефективність виробництва в цілому. Слід відмітити, що підприємства з високим рівнем ресурсного забезпечення виробництва зерна спроможні впроваджувати у виробництво прогресивні технології виробництва, з використанням високоякісного посівного матеріалу сучасних сортів і гібридів, широкого застосування добрив та новітніх засобів захисту рослин, сучасних технологій післязбиральної обробки та зберігання врожаю, що забезпечує високу ефективність виробництва зерна і найбільш вигідні схеми збуту продукції та в підсумку розширене відтворення їх капіталу.

Враховуючи складний фінансовий стан, багато підприємств розширюють використання енергозберігаючих технологій підготовки ґрунту до посіву зернових культур, що суттєво знижує виробничі витрати, але поряд з цим знижує і якість підготовки, що погіршує як умови проростання та розвитку рослин так і умови виконання наступних операцій виробництва зерна. Суттєвий вплив на ефективність виробництва зерна має насіннєвий матеріал. Високоякісне насіння за сприятливих умов спроможне забезпечити високу урожайність та якість отриманої продукції. Але з іншої сторони якісне насіння має високу вартість і в структурі виробничих витрат складає до 20 % виробничої собівартості. За несприятливих кліматичних та виробничих умов високоякісне насіння не забезпечить навіть простого відтворення капіталу.

Наявність у господарстві ресурсного забезпечення яке дозволяє застосовувати повну систему удобрення та комплексну систему захисту рослин підвищує реалізацію біопотенціалу зернових культур на 20 %. За сприятливих кліматичних умов навіть помірніші, науково обґрунтовані за вмістом поживних речовин дози внесення добрив, при дробному способі їх внесення, забезпечують суттєву прибавку як урожайності, так і якості отриманої продукції. Нажаль, сучасне землеробство в Україні залишається недостатньо захищеним від несприятливих погодних умов. Збирання врожаю є завершальною операцією в технології вирощування сільськогосподарських культур. Період збирання зернових культур обмежений агротехнічними строками. Через 7-10 діб від початку повної стиглості настає перестиглість, вологість зерна знижується до 7-9 % і під час обмолоту воно травмується, а значна частина осипається з колосків. Втрати зерна пшениці від осипання на 20 день після досягнення повної стиглості перевищують 30 %.

Очевидно, використання сучасних високопродуктивних зернозбиральних комбайнів за сприятливих умов забезпечить швидке і якісне збирання врожаю з мінімальними втратами. Але такі комбайни мають високу вартість. Крім того, при збиранні врожаю на невеликих за розмірами площах, забур'янених посівах, та при несприятливих погодних умовах у сучасних високопродуктивних комбайнів, особливо зарубіжного виробництва, суттєво знижується не лише продуктивність та якість зібраного врожаю, а й ефективність їх використання в цілому.

Завершальною операцією виробництва зерна є післязбиральна обробка зернової частини врожаю. Якщо всі попередні операції вирощування зерна спрямовані в першу чергу на збільшення кількості і біологічної якості зерна, то післязбиральна обробка повинна забезпечити доведення вирощеного зерна до товарного стану вищих ґатунків з більшою ціною реалізації та вищою конкурентоспроможністю.

Слід зазначити, що господарства з високим рівнем ресурсного забезпечення, за рахунок чіткого виконання повного регламенту заходів сучасних технологій, за сприятливих кліматичних умов, спроможні отримувати високі врожаї високоякісного зерна. В таких випадках задачі післязбиральної обробки зернової частини врожаю зводяться до відокремлення незначної частини домішок не зернової частини врожаю, мінеральних домішок та травмованого зерна основної культури.

ОБЛІК ВИТРАТ ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Середа Ю.З., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ільїн В.К.

Виробництво є одним із основних процесів господарської діяльності. Саме його облік повинен контролювати використання різних видів виробничих ресурсів і обсяг виробництва продукції (виконання робіт та надання послуг), відображати склад витрат та їх точний розмір, тобто процес виробництва, в бухгалтерському обліку, повинен відобразити всі витрати понесені на виготовлення продукції і вихід вже готової продукції.

Провідною галуззю України - є виробництво зернових культур. Тому що, саме ця продукція завжди користувалася і користується великим попитом на світовому ринку. Вона має народногосподарське значення. Адже, завдяки цієї галузі ми отримуємо продукти харчування, в свою чергу галузь тваринництва має незамінний корм, а переробна промисловість – сировину. Продукція рослинництва є більш прибутковою, якщо врахувати нинішній стан м'ясопереробної галузі: фермери позбавляються тваринницьких комплексів, негативна динаміка спостерігається у галузі свинарства, рух коштів, які вкладаються у тваринництво, повільний, а перші прибутки отримуються через 2-3 роки роботи.

Велику роль у обліку витрат та виходу продукції зернових відіграє Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», який визначає методологічні засади формування у БО інформації про біологічні активи і про одержані, в процесі їх біологічних перетворень, додаткові біологічні активи й с/г продукцію та розкриття інформації про них у фінансовій звітності. Відповідно до цього положення зернові культури відносяться до Поточних біологічних активів. П(с)БО 30 поширюється на такі види виходу продукції зернових, як зерно, зернові відходи та солому. Облік витрат ведеться за окремими об'єктами обліку(окремі види біологічних активів/або їх група) відповідно до П(с)БО 16 «Витрати». До складу витрат , пов'язаних з біологічними перетвореннями, належать:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- загальновиробничі витрати.

Прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці та інші прямі витрати протягом звітного (календарного) року відображають за статтями калькулювання, перелік та склад яких встановлюється підприємством.

Загальновиробничі витрати розподіляють на кожний об'єкт витрат з використанням бази розподілу, установленої підприємством.

При організації обліку витрат необхідно враховувати природно-кліматичні умови для вирощування культур, так як відбувається певний розрив між одержанням продукції і здійсненням витрат.

За рахунок управлінського обліку повинна своєчасно, повно і правдиво відображатися інформація про фактичні витрати на виробництво продукції, яка використовується для обчислення фактичної собівартості окремих її видів. а також для контролю за раціональним використанням трудових, матеріальних і фінансових ресурсів скорочення витрат і зниження собівартості продукції, що позитивно впливає на кінцеві результати діяльності підприємства. Досягнення запланованої ефективності виробництва вимагає постійного зіставлення витрат і одержаних результатів.

Зважаючи на те, що виробничі витрати є породженням відповідних факторів виробництва, їх економічний зміст можна визначити як спожиту частку виробничих ресурсів.

Перед тим як збирати урожай проводиться робота з перевірки місць зберігання та приймання продукції, а також інструктаж про відповідальність комбайнерів, завідувачів током, комірників та інших осіб, які будуть задіяні у збиранні урожаю.

Витрати і вихід продукції записуються у первинних документах бухгалтерського обліку.

Зерно, яке надійшло на тік потребує доробки. Такий процес оформляється «Актом на сортування і сушку продукції рослинництва»(ф.№-82) в 1-му примірнику, з підписом зав током,бригадира і агронома. Продають зернову продукцію по «Товарно-транспортній накладній»(ф.№12-зерно), яка виписується в 4-х примірниках. При переміщенні від однієї матеріально відповідальної особи до іншої з току на склад складається «Накладна внутрішньогосподарського призначення»(ф. № 87). Для здійснення контролю за використанням посадкових матеріалів складається «Акт витрачання насіння і садильного матеріалу» (ф.№ 117) та інші первинні документи.

Саме ці документи забезпечують контроль за рухом зерна та його надходженням до місць зберігання.

Таким чином, виробництво продукції зернових культур є дуже важливим і прибутковим. Ця галузь не є трудомісткою і має невисоку собівартість, але її зменшення, за рахунок розроблених заходів і резервів підприємством, забезпечать його збільшенням виручки від реалізації продукції рослинництва.

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Горпинченко І.О., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко І.М.

Готова продукція сільськогосподарського виробництва – це продукція, яка одержана від власних рослинницьких, тваринницьких та промислових підрозділів підприємства, яка призначена для продажу на сторону та для іншого невиробничого споживання (видачі й продажу працівникам, передачі в невиробничу сферу, наприклад у дитячі садки, їдальні тощо).

Продукція сільськогосподарського виробництва – сирий продукт тваринного або рослинного походження, що не пройшов стадії первинної промислової обробки, вирощений для реалізації на сторону або використання на потреби власного виробництва.

У бухгалтерському обліку готова продукція рослинництва має оцінюватися за фактичною собівартістю, яка може бути визначена тільки після зібрання всіх затрат та калькулювання. Разом з тим виникає потреба в щоденному обліку наявності й руху готової продукції та визначенні її вартісних характеристик.

Основні завдання аудиту готової продукції є:

- перевірка правильності та своєчасності оформлення документів про рух готової продукції у матеріально відповідальних осіб;
- контроль за відвантаженням продукції та розрахунками з покупцями відповідно до укладених договорів;
- контроль за операціями з продажу;
- перевірка правильності оформлення операцій у бухгалтерському і податковому обліку та точності визначення результату з продажу продукції.
- правильне і своєчасне оприбуткування та списання продукції;

Метою аудиту готової продукції є підтвердження законності господарських операцій та правильність відображення їх в обліку.

Аудит продукції рослинництва та тваринництва, на нашу думку, найдоцільніше проводити у такій послідовності: первинні та зведені документи (лімітно-забірна картка, картка складського обліку матеріалів, товарно-транспортна накладна, накладна на здачу готової продукції на склад, опис-акт уцінки товарів і продукції, які залежались і т. і.), реєстри аналітичного і синтетичного обліку, відповідність їх даних, головна книга, звітність.

Спочатку аудитор має встановити дотримання вимог П(С)БО №9 «Запаси», в якому розкриті методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про готову продукцію рослинництва і розкриття її у фінансовій звітності.

Наступним етапом аудиторської перевірки є встановлення аудитором дотримання сільськогосподарським підприємством основного принципу ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності - обачності. Відповідно до цього принципу відображення запасів в бухгалтерському обліку має здійснюватися за найменшою із двох вартостей: первісною (історичною) вартістю або чистою вартістю реалізації (у разі якщо чиста вартість реалізації менша від історичної).

Також аудитор має встановити своєчасність проведення інвентаризації та правильність відображення її результатів.

Особлива увага приділяється перевірці правильності відображення даних первинних документів з відвантаження готової продукції. Перевіряється, чи всі суми включені, якщо має місце невідповідність, аудитор установлює її причини. Також слід перевірити й матеріали інвентаризації дебіторської заборгованості з відвантаженої продукції. При цьому особливу увагу приділяють перевірці готової продукції, яка не оплачена покупцями у визначені договорами строки, і продукція, яка перебуває на відповідальному зберіганні.

Правильність записів у рахунках постачальників перевіряється за накладними та за платіжними документами на відпуск готової продукції. Також аудитор аналізує суми безоплатно отриманої продукції, при цьому необхідно враховувати, яка їх сума включається до об'єкта оподаткування на прибуток.

Ретельного аналізу потребує операція зі списання готової продукції, перевіряється правомірність списання та відображення результатів на рахунках бухгалтерського обліку.

Аудит руху готової продукції на сільськогосподарських підприємствах здійснюють за даними рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», який має такі субрахунки: 271 «Продукція рослинництва», 272 «Продукція тваринництва», 273 «Продукція промислових виробництв», 274 «Продукція допоміжних і обслуговуючих виробництв».

Отже, аудит готової продукції повинен забезпечити контроль за виконанням завдань по випуску і зберіганню продукції, своєчасною випискою документів на відвантаження, поданням розрахункових документів покупцям та контроль своєчасного здійснення відповідних платежів, використання матеріальних і фінансових ресурсів за допомогою складання планових і фактичних калькуляцій собівартості продукції.

ОСОБЛИВОСТІ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ПОДАТКОВОМУ КОДЕКСІ ТА П(С)БО

Кривошей О.В., студ. 5. курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко І.М.

Основні засоби займають важливе місце в активах підприємства. Способом акумулювання коштів для відтворення основних засобів і важливим джерелом інвестицій в оновлення основних засобів є амортизаційні відрахування. Амортизація – це комплексна економічна категорія, яка характеризує процес систематичного, поступового перенесення вартості засобів праці на вартість готової продукції суб'єкта господарювання, виготовлених з їх використанням, з метою забезпечення планомірного відновлення засобів праці внаслідок їх морального і фізичного зносу.

Питання нарахування амортизації основних засобів знаходили своє відображення в наукових працях Бутинця Ф.Ф., Кірейцева Г.Г., Жука В.М., Сопко В.В. та ін. Але на сьогодні дана проблема являється актуальним в зв'язку з прийняттям в дію Податкового кодексу України (ПКУ).

Основні елементи амортизаційної політики відповідно до ПКУ та П(С)БО 7 «Основні засоби» полягають в наступному.

1. Термінологічні зміни: - відповідно до ПКУ та П(С)БО 7 існує категорія основні засоби, поняття основні фонди не використовується.

2. Види амортизації:

- прямолінійна, прискорена, виробнича (відповідно до П(С)БО 7);
- прямолінійна і прискорена (ПКУ).

3. Вартість основних засобів, яка амортизується:

- первісна або переоцінена вартість необоротних активів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості (П(С)БО);
- первісна вартість основних засобів та нематеріальних активів (ПКУ).

Принципових змін у складі витрат, що підлягають амортизації, не відбулося. Витрати на придбання, виготовлення, ремонт невиробничих основних засобів у податковому обліку не амортизують.

4. Класифікація груп основних засобів:

- згідно П(С)БО 7 основні засоби класифікуються наступним чином: основні засоби (земельні ділянки, капітальні витрати на поліпшення земель, будинки і споруди, машини та обладнання, транспортні засоби, інструменти, прилади й інвентар, тварини, багаторічні насадження) та інші основні засоби, інші необоротні матеріальні активи (бібліотечні фонди, малоцінні необоротні матеріальні активи, тимчасові (нетитульні) споруди; природні ресурси; інвентарна тара, предмети прокату, довгострокові біологічні активи);
- згідно ПКУ основні засоби поділено відповідно до мінімально допустимих строків їх експлуатації: група 1 – земельні ділянки, група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом, група 3 – будівлі, споруди, передавальні пристрої, група 4 – машини та обладнання, група 5 – транспортні засоби, група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі), група 7 – тварини, група 8 – багаторічні насадження, група 9 – інші основні засоби, група 10 – бібліотечні фонди, група 10– малоцінні необоротні матеріальні активи, група 12 – тимчасові (не титульні) споруди; група 13 – природні ресурси, група 14 – інвентарна тара, група 15 – предмети прокату, група 16 – довгострокові біологічні активи.

ПКУ збільшив кількість груп основних засобів, здійснюючи автоматичне зближення податкової й бухгалтерської класифікації.

5. Витрати, що підлягають амортизації:

- відповідно до П(С)БО 7 витрати, що підлягають амортизації – це витрати, що формують первісну вартість або переоцінена вартість необоротних активів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості;
- відповідно до ПКУ амортизації підлягають: витрати на придбання основних засобів для використання у господарській діяльності, у тому числі витрати на придбання, закладення і вирощування багаторічних насаджень до початку плодоношення; витрати на самостійне виготовлення основних засобів для використання в господарській діяльності, у тому числі витрати на виплату заробітної плати працівникам, які були зайняті на виготовленні таких основних засобів; витрати на проведення реконструкції, модернізації та інших видів поліпшення основних засобів, витрати на капітальне поліпшення землі, не пов'язане з будівництвом, а саме іригацію, осушення, збагачення та інше подібне капітальне поліпшення землі; сума індексації основних засобів.

6. Методи амортизації:

Наведені в ПКУ та П(С)БО методи амортизації аналогічні, але це не гарантує, що в бухгалтерському та податковому обліках амортизації збігатимуться.

Отже, деякі питання амортизації основних засобів, відображені в ПКУ аналогічні до П(С)БО 7, але все ж таки існують певні протиріччя, які в майбутньому можуть бути спрямованими в бік податкового законодавства.

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ

Прокопенко А.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Орєхова А.І.

Розрахунки з постачальниками та підрядниками виникають у підприємств при здійсненню операцій по придбанню товарно-матеріальних цінностей, прийманню різних видів робіт і послуг.

На сьогоднішній день Україну охопила криза платежів, коли кредиторська заборгованість підприємств один одному досягли величезних сум. Тому проведення аудиту кредиторської заборгованості є надзвичайно актуальним, адже це стимулює підприємство до більш ретельного й регулярного проведення інвентаризації заборгованості, до активного застосування заходів щодо стягнення заборгованості з неплатників.

Метою аудиту розрахунків є встановлення правильності ведення розрахунків з постачальниками за отримані товарно-матеріальні засоби, послуги, підтвердження законності виникнення дебіторської і кредиторської заборгованості, її достовірності і реальності погашення на підставі показників фінансової звітності відповідно до чинного законодавства.

Завданнями аудиту розрахунків з постачальниками є:

- встановлення наявності і правильності оформлення документів з поставки ТМЦ (договорів, рахунків-фактур, актів звіряння розрахунків);
- встановлення правильності здійснення вказаних операцій та відображення їх у обліку, а також перевірка своєчасності, правильності та достовірності здійснених розрахунків грошовими коштами, законності, достовірності та правильності відображення в обліку здійснених розрахунків з використанням векселів та товарообмінних операцій;
- визначення правильності оцінки отриманих товарів при бартерних (товарообмінних) операціях;
- підтвердження повноти і своєчасності оприбуткування отриманих товарів і обліку виконаних робіт;
- встановлення правильності оформлення та відображення в обліку виданих авансів, пред'явлення претензій;

Під час перевірки розрахунків з підрядниками встановлюють:

- чи включено об'єкти, що будуються, до титульного списку;
- чи забезпечені вони відповідними джерелами фінансування;
- чи є проектно-кошторисна документація на будівельні об'єкти;
- чи укладені договори з підрядниками і які умови розрахунків (за об'єкт у цілому чи за етапи робіт);
- правильність застосування цін, розцінок, чи немає дописок обсягів виконаних робіт;
- достовірність поданих до оплати рахунків із доданими до них актами про виконані роботи.

Аудит розрахункових операцій здійснюють у такій послідовності:

- З'ясовують стан бухгалтерського обліку.
- Оцінюють основні показники підприємства.
- Виявляють основні форми розрахунків з постачальниками та підрядниками.
- Встановлюють дотримання діючих ціні тарифів.

Джерелами інформації для проведення аудиту розрахунків з постачальниками і підрядниками є: наказ про облікову політику підприємства, договори купівлі-продажу, накладні, рахунки-фактури, рахунки, акти приймання робіт, послуг, податкові накладні, товарно-транспортні накладні; аудиторський висновок попередньої перевірки та інша документація, що узагальнює результати контролю; звітність ф.1 „Баланс".

Під час аудиту розрахунків із постачальниками необхідно встановити наявність договорів поставки товарів, перевірити доцільність придбання, дотримання встановлених договором розрахунків. Щоб встановити повноту оприбуткування матеріальних цінностей, слід зіставити дані про їх кількість і вартість за платіжними документами (платіжним дорученням і вимогами-дорученнями) з даними документів на їх оприбуткування (рахунків, рахунків-фактур, товарно-транспортних накладних) і показниками аналітичного обліку розрахунків з постачальниками (реєстрів операцій за рахунками з постачальниками), книгами, картками складського обліку, звітами руху товарів. Звертається увага на правильність застосування постачальниками цін, тарифів за послуги. Подібні факти виявляють зіставленням цін, вказаних у рахунках постачальників, з цінами, вказаними в договорах.

Важливою складовою аудиторської перевірки є аналіз фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, вивчення товарних та грошових потоків; вибір платників податків та їх господарських одиниць для проведення перевірок; спостереження для встановлення реальних обсягів надходження товарів та надання послуг; узагальнення результатів перевірок.

Отже, аудит розрахунків з постачальниками і підрядниками дає інформацію про достовірність даних бухгалтерського обліку про наявність кредиторської заборгованості та її стан. Щоб уникнути порушень і зловживань під час здійснення розрахункових операцій, потрібно проводити постійний контроль за їх проведенням.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ

Бондаренко С.М., студ.5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Назаренко О.В.

Актуальність даного питання виходить з того, що практично кожне підприємство має розрахунки з бюджетом за податками, для забезпечення яких в Україні створена система податкового обліку. Правильне їх відображення в обліку, своєчасний контроль і аналіз є залогом фінансової стабільності підприємства. Але податкові розрахунки підприємств та організацій несуть значні податкові зобов'язання.

Проблема податкового тягаря на підприємства полягає не лише у високих ставках і численності податків, але й у неузгодженості правил оподаткування із методикою бухгалтерського обліку.

Це проявляється у фіскальному підході розрахунку доходів і витрат, котрі формують прибуток до оподаткування, відсутності регламентованої методики їх обчислення в бухгалтерському обліку, а також неналагодженості взаємозв'язку податкових органів із платниками податків.

Тому дослідження проблем облікового забезпечення податкових розрахунків, формування звітності є актуальним і своєчасним як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

У сучасних умовах господарювання відсутні об'єктивні передумови для існування окремої підсистеми бухгалтерського обліку – податкового обліку.

Податкові розрахунки є технічним прийомом бухгалтерського обліку, який призначений для обчислення податкового зобов'язання щодо податків і належать до сплати у бюджет, за даними бухгалтерського обліку, а також для формування податкової звітності.

У європейських країнах податковий облік, як такий, відсутній. Всі розрахунки за податками входять в єдину систему бухгалтерського обліку.

Необхідно відзначити, що сучасна податкова система України відповідає перехідному стану економіки і практично тільки починає формуватися. Згідно ст.9 Податкового кодексу України, передбачено 18 загальнодержавних податків і зборів, що стосується місцевих податків і зборів, то їх залишилось 5. Дієвою податкової системи, яка б стала основним інструментом регулювання економіки держави, формування доходів бюджету, стимулювання ділової активності, обмеження росту цін та інфляції, Україна поки що не має.

Ефективність організації і здійснення податкових розрахунків на підприємстві залежить від рівня організації і досконалості методики внутрішньогосподарського контролю податкових розрахунків, який спрямований на попередження порушень нормативно-правових актів чи зловживань. Оподаткування підприємств повністю регульоване законодавчо, проте практично всі нормативно-правові акти потребують уточнень і узгоджень

Велика кількість податків і зборів, недосконалість податкового законодавства, а також податковий тиск на підприємства, необхідність різного відображення однієї і тієї ж операції в бухгалтерському та податковому обліку, збільшують власний ризик підприємства, та затрати часу і коштів.

А з урахуванням великих штрафів, які накладаються на підприємства за порушення податкового законодавства, та пені, що стягується за невчасне погашення платежів, підприємницький ризик ще більше збільшується.

Тому фінансовий облік розрахунків з бюджетом є одним з найбільш трудомістких, складних і відповідальних в бухгалтерській практиці.

Загалом податкові розрахунки повинні забезпечити: обґрунтовану методику розрахунку бази оподаткування за даними бухгалтерського обліку, точність і достовірність визначення податкового зобов'язання, формування податкової звітності.

Проблеми взаємозв'язку бухгалтерського обліку і податкових розрахунків зумовлені недосконалістю методики визначення податкоутворюючої бази, зокрема щодо таких облікових категорій як доходи, витрати, амортизаційні відрахування. Виділення проблем стосовно кожного окремого податку є передумовою вдосконалення методики нарахування і сплати як кожного податку зокрема, так і раціоналізації податкових розрахунків загалом.

Бухгалтерський облік дає більш детальні та уточнюючі дані, ніж податковий. Система податкового обліку не досить досконала і може мати деякі неточності. Тому необхідно звести до мінімуму тимчасові різниці які існують між даними обліку.

З огляду на складність практичного забезпечення фінансового та податкового обліку, в рамках бухгалтерського обліку, необхідно терміново вирішити питання про подальше зближення системи податкового і фінансового обліку.

А також звернути увагу на раціоналізацію організаційних та методичних принципів здійснення податкових розрахунків у системі бухгалтерського обліку та їх контролю, розробку напрямів вдосконалення інформаційного забезпечення обліку оподаткування на основі дослідження практичних аспектів податкових взаємовідносин підприємств з бюджетом.

ОБЛІК І АУДИТ З РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДЧИКАМИ

Харченко М.О., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Радчук О.І.

На сучасному етапі діюча система розрахунків з постачальниками і підрядчиками, заготівельними організаціями, банками, різними дебіторами і кредиторами ще не відповідає вимогам прискорення грошового обігу і зміцнення фінансового стану підприємства, що в свою чергу веде до нестабільності у постачанні основних матеріальних ресурсів.

Несвоєчасні розрахунки створюють взаємну заборгованість між виробником і споживачами продукції, ведуть до несвоєчасних виплат готівкою в рахунок заробітної плати, що викликає невдоволення працюючих та погіршує соціальне становище.

Важливою умовою успішного функціонування виробничо-економічних відносин сільськогосподарських і обслуговуючих підприємств є раціональне використання системи безготівкових розрахунків.

З метою покращення розрахунків багато з дослідників цієї теми пропонують застосовувати на підприємствах журнал-ордер 11 с. - г., відомість 11-б с. - г. і реєстри.

До відомості 11.6 с. - г. пропоную вести реєстри документів про реалізацію продукції, виконані роботи та надані послуги. Реєстри разом з первинними документами, на основі яких вони складені, здають в бухгалтерію. Строки здачі реєстрів мають бути передбачені на підприємстві графіком документообороту і залежать від видів реалізованої продукції, установленого порядку розрахунків з покупцями.

Аналітичний облік за рахунком 63 ведеться за кожним платіжним документом і постачальником лінійним методом запису по кожній позиції. При обробці первинних документів бухгалтер протягом місяця складає реєстр прибуткових і видаткових документів, у якому зазначає номер і дату супровідних документів (товарно-транспортна накладна, рахунок-фактура, накладна), вартість матеріальних цінностей, що надійшли, а також номер і дату платіжного документа на сплату заборгованості. Загальна сума товарно-матеріальних цінностей (ТМЦ) за документами, не оплаченими в поточному і в попередніх місяцях, має відповідати кредитовому сальдо рахунка 63. *Дебетове сальдо рахунка 63* показує, що платіжні документи оплачено, а товарно-матеріальні цінності не одержано. Це сальдо відображають в активі балансу за відповідною статтею. Бухгалтерські проводки за рахунком 63.

Бухгалтерія використовуючи виписки з банка і документи по них, а також касові документи перевіряє оплату кожної накладної або іншого супроводжуючого документа і робить відмітку про оплату в спеціальних графах реєстру. При цьому використовують дату оплати і код рахунка, на який віднесена виручка. Після оплати всіх документів в реєстрі підраховують загальну кількість відправленої і прийнятої продукції і загальну суму, представлену підприємством до оплати.

В кінці місяця в реєстрах, які здаються в бухгалтерію, відображають загальну кількість кожного виду продукції, яка реалізована з початку року, що забезпечує оперативний контроль за виконанням плану реалізації продукції виробленими підрозділами підприємства.

Підраховані обороти по кількості і вартості в кінці місяця з реєстру переносять у відомість 11.6 с.-г. Дана відомість буде являтись узагальнюючим регістром аналітичного обліку розрахунків з покупцями.

В даний час облікові працівники багато робочого часу затрачають на оформлення та реєстрацію товарно-транспортних накладних на реалізацію сільськогосподарської продукції і приймальних квитанцій. Об’єм цих робіт збільшується, якщо на кілька накладних виписана одна квитанція. За різними причинами підсумкові дані квитанції не співпадають з підсумковими даними накладних. Для усунення цього недоліку та скорочення кількості документів необхідно об’єднати товарно-транспортну накладну і приймальні квитанції в формі одного документа, так як сільськогосподарські підприємства і заготівельні організації в наш час знаходяться в єдиному підпорядкуванні, та одночасно виключити транспортний розділ, так як він в більшості суб’єктів аграрного бізнесу не заповнюється, оскільки відвантаження продукції здійснюється, як правило, власними силами.

Такі реквізити, як ціна і сума за відправленою і прийнятою продукцією являються різними, оскільки для підприємства це ціна активного ринку, а для хлібоприймального підприємства, закупівельна. Тому необхідно передбачити графу закупівельна ціна.

Використання нової форми товарно-транспортної накладної зменшить кількість документації, яку потрібно обробляти бухгалтерії і цим самим спростило б облік.

Вагомою зміною могло б стати запровадження карточки обліку розрахунків з кожним підприємством і стану розрахунків з ним на кінець звітного періоду.

Ці заходи є передумовою для покращення економічного стану підприємства, так і на покращення стану розрахунків з кредиторами і дебіторами.

АНАЛІТИЧНИЙ ТА СИНТЕТИЧНИЙ ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Тютюнніков В.О., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ільїн В.К.

Виробничі запаси - придбані або самостійно виготовлені вироби, які підлягають подальшій переробці на підприємстві. До них відносяться: сировина і матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, паливо, тара і тарні матеріали, будівельні матеріали, матеріали, передані в переробку, запасні частини, матеріали сільськогосподарського призначення, інші матеріали.

Основні принципи організації та ведення бухгалтерського обліку виробничих запасів і товарів установлені національним Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 "Запаси". П(С)БО 9 "Запаси" детально регламентує загальні принципи організації бухгалтерського обліку запасів і по-новому вирішує питання визначення та обліку первісної (балансової) вартості виробничих запасів та товарів, що сприятиме об'єктивному відображенню в бухгалтерському обліку фактичної собівартості використаних виробничих запасів і реалізованих товарів, точному визначенню фінансових результатів господарсько-фінансової діяльності підприємств.

Інструкція про застосування плану рахунків для ведення обліку наявності й використання виробничих запасів передбачає застосування активного синтетичного рахунку 20 «Виробничі запаси», які містять такі субрахунки:

201 «Сировина і матеріали»
202 «Купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби»
203 «Паливо»
204 «Тара і тарні матеріали»
205 «Будівельні матеріали»
206 «Матеріали передані в переробку»
207 «Запасні частини»
208 «Матеріали сільськогосподарського призначення»
209 «Інші матеріали».

На рахунку 20 «Виробничі запаси» відображають наявність та рух належних підприємству запасів по дебету цього рахунка на підставі прибуткових документів (рахунків–фактур, вимог, ТТН, прибуткових ордерів, накладних тощо) відображається кількість і вартість виробничих запасів. По кредиту рахунка на підставі витратних документів (вимог, накладних, лімітно–забірних карток, ярликів тощо) списується кількість і вартість відпущених матеріалів на виробництво (експлуатацію, будівництво), переробку, відпуск (передачу) на сторону, уцінка, за обліковими цінами.

Аналітичний облік товарно – матеріальних цінностей, прийнятих на відповідальне зберігання, ведеться по підприємствах власниках, за видами, сортами та місцями, зберігання і обліковуються на позабалансовому рахунку 02 «Активи на відповідальному зберіганні» звідси позабалансових субрахунках:

022 «Матеріали прийняті для переробки»
023 «Матеріальні цінності на відповідальному зберіганні»
024 «Товари, прийняті на комісію»
025 «Майно на довірчому управлінні»

За допомогою лише синтетичного обліку неможливо контролювати наявність та рух кожного виду товарно – виробничих запасів. Для отримання більш деталізованої інформації, необхідно для управління запасами за їх окремими видами та процесами, організовується аналітичний облік.

Кожне підприємство відкриває аналітичні рахунки в залежності від потреб в їх кількості, необхідній для управління виробництвом така потреба обумовлена:

- значною їх кількості;
– складною організаційною та виробничою структурою підприємства;
– наявністю складів для їх зберігання.

Аналітичний облік виробничих запасів ведеться в розрізі їх найменувань, або однорідних груп. Кожна з груп, виробничих запасів поділяється за видами, сортами, марками, типами, розмірами. Кожному найменуванню, сорту, розміру виробничих запасів присвоюється коротке числове позначення (номенклатурний номер), яке записують до спеціального реєстру – номенклатури – цінника, де також вказують одиницю виміру і по можливості, облікову ціну запасу. Кодування номенклатури – цінника здійснюється за змішаною порядково - серійною системою. Інформація, що міститься у номенклатура – цінниках записується на машинних носіях і багаторазово використовується.

Таким чином, правильно організований на підприємстві облік виробничих запасів запобігає розтрачанню виробничих запасів, попереджує розкрадання матеріальних цінностей, а також значно полегшує роботу підприємства в цілому.

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ВИТРАТ НА ПОСІВ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Левченко А.В., студ. 5 курсу, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: Теслюк В.М.

Основними документами, якими слід керуватися при веденні обліку із сівби та вирощування зернових культур, є П(С)БО 30 «Біологічні активи» П(С)БО 16 «Витрати» методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів , затверджені наказом Мінфіну від 29.12.06р №1315.

Для оформлення господарських операцій сільгосппідприємства можуть застосовувати форми первинних документів з обліку довгострокових та поточних біологічних активів затверджені наказом Мінагрополітики від 21.02.08 р. №73 та з обліку сировини та матеріалів, затверджені наказом Мінстату від 21.06.96 р. №193.

Крім того, для цих операцій можна використовувати і форми первинних документів, затверджені ще Міністерством сільського господарства СРСР в 1970-1990-х роках. Одним із найпоширеніших таких документів є наказ Мінсільгоспу СРСР від 24.11.72 року № 269-2 яким затверджені спеціалізовані форми із зазначенням обов'язкових реквізитів, передбачених ст. 9 Закону выд 16.07.99 р. № 996 «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні».

Коли підприємство отримує запаси на підставі таких супровідних документів, як рахунок-фактура, залізнична накладна, товарно-транспортна накладна (типова форма №1 1-ТН, затверджена наказом Мінтрансу та Мінстату від 29.12.95 р № 488/346) та ін.

Після надходження ТМЦ оприбутковують на склад, де матеріально–відповідальна особа шляхом зважування, обміру та перерахунку звіряє дані, зазначені в супровідних документах. Для оприбуткування отриманих цінностей МВО заповнює прибутковий ордер (типова форма №М-4, затверджена Наказом №193).

На підставі прибуткових ордерів або актів МВО робить відповідні записи в документах складського обліку: у картці складського обліку матеріалів (типова форма № М-12, затверджена Наказом № 193) або ж у Книзі складського обліку (сільгосп облік, форма № ВЗСГ-10, затверджена наказом Мінагрополітики від 21.12.07р. № 929).

У виробництво ТМЦ відпускаються в межах установлених лімітів за лімітно – забірними картами (сільгоспоблік, формма № ВЗСГ – 1, затверджено наказом № 929 .При одноразовому відпуску оформляється накладна внутрішнього призначення сільгоспоблік форма № ВЗСГ – 8, затверджена наказом № 929) Лімітно – забірна картка виписується у бухгалтерії у 2 –х примірниках на одне або декілька найменувань матеріалів терміном на 1 місяць.

Обидва примірники реєструються у книзі обліку лімітно–забірних карток. Після цього один із них бухгалтерія видає МВО структурних підрозділів агрономам та ін.) а другий завідувач складу корми або інших складських приміщень на прикінці місяця завскладу здає лімітно–забірні картки до бухгалтерії разом із звітом про рух матеріальних цінностей (сільгоспоблік, форма №121, затверджена наказом № 269-2).

Звіт складається МВО щомісячно у двох примірниках за тими ТМЦ, за якими протягом місяця відбувався рух. Залишки на кінець місяця з попереднього звіту переносяться до звіту поточного місяця.

Підставою для списання насіння на сівбу є акти витрати насіння і садибного матеріалу (сільгоспоблік форма № ВЗСГ – 4, затверджена наказом № 929 попереднього звіту переносяться до звіту поточного місяця.

Списання добрив оформляється актом про використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив та засобів хімічного захисту рослин (форма ВЗСГ-3), затверджена наказом №929.

Облік витрат сільгоспвиробництва ведеться відповідно до П(С)БО 16 у розрізі окремих об'єктів (виробництв, видів або груп культур чи тварин) на рахунку 23 «Виробництво» за відповідними субрахунками . Витрати на виробництво відображаються за дебетом рахунків :

23 - прямі матеріальні, трудові та інші витрати , виробничі накладні витрати та втрати від браку продукції, робіт, послуг.

91 «Загальновиробничі витрати »- непрямі витрати на утримання та експлуатацію устаткування, загальновиробничі, загальногосподарські витрати. Згодом вони розподіляються і відносяться на дебет рахунка 23

У подальшому посіви зернових культур які не досягли зрілості і технологічний процес яких не завершено, але є можливість достовірно визначити їх справедливу вартість , відображають на дату проміжного балансу у складі поточних БА на субрахунку 211 «Поточні біологічні активи рослинництва, які оцінені за справедливою вартістю».

Якщо ж достовірно визначити справедливу вартість посівів ярових культур не можливо, то в обліку і звітності вони відображаються у складі незавершеного виробництва за дебітом рахунку 23 ,який у подальшому закривається при оприбуткованні сільгосппродукції на рахунок 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва».

ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЯКОСТІ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Левченко А.В., студ. 5 курсу, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник:: Теслюк В.М.

Сьогодні технологічне відставання сільськогосподарського виробництва України, порівняно з розвинутими країнами світу, залишається значним. Зернове господарство, як пріоритетна галузь АПК, визначає його сучасний розвиток і продовольчу безпеку держави в цілому. В цій галузі, яка найбільшою мірою пов'язана з природним середовищем і земельними ресурсами, використовуються основні матеріально-технічні засоби аграрного сектору. Рівень їх використання залежить від кліматичних умов, організації виробництва, технології, що опосередковується у щорічних показниках одержаного результату.

В Україні існують проблеми з інфраструктурою зберігання зернових культур. Так як зерно за ринкових умов краще продавати тоді, коли можна реалізувати найвищі ціни, його зберігають більш або менш довгостроковий термін. Якість довгострокового зберігання насіння залежить від вологості і температури у складських приміщеннях.

Ціль просушування зерна полягає в тому, щоб за короткий час знизити вологість насіння до 14%. Затрати енергії складаються із затрат на рух повітря і на обігрів повітря в цілому від 4000 до 8000 ккал на 1 кг відводу води. Консервування насіння за допомогою охолодження (до 6-8ºС) використовується: для проміжного зберігання вологого зерна перед сушінням; для довгострокового зберігання зерна за вологості нижче 17%; для боротьби з шкідниками у великих складах, щоб не давати можливості їм розмножуватися.

Елеватори потребують великих затрат на обслуговування чи оренду. Більшість господарств в Україні не можуть забезпечити дороге консервування насіння. Зерно пшениці під час зберігання пошкоджується амбарними шкідниками, а саме: довгоносик амбарний та амбарна міль. Так як амбарні довгоносики та міль добре захищені всередині насіння і можуть ховатися, повний ефект боротьби з ними дає лише фумігація, проте не всі складські приміщення пристосовані до неї. За сприятливих погодних умов 2010 р. амбарна міль з'являлася у складах після збирання і обмолоту колосів. У насінні урожаю 2009 р., за збереження його лише один рік у складському приміщенні де проведена фумігація, було виявлено на 1 кг зерна 4 личинки амбарної молі. Це 40% пошкодження насіння, що несе великі збитки підприємству.

Герметичні сховища, у яких застосовано принцип консервування зерна, в Україні вже відомі. Внаслідок біологічних процесів, що відбуваються у збіжжі після його закладання, повітря всередині сховища перетворюється на двоокис вуглецю, який забезпечує збереження зерна без втрат маси та біологічних властивостей.

Зазвичай такі сховища являють собою великі металеві резервуари. Втім, в Аргентині виявили, що сховище не обов'язково має бути металевим і стаціонарним: ті самі процеси, що забезпечують тривале збереження зерна, можуть відбуватися й герметично закритому пластиковому мішку.

Свого часу аргентинські фермери здійснили ставку на збереження зерна у пластикових мішках. Вони тепер практично не застосовують елеваторів, а зберігають урожай прямо на полях. Ця технологія дозволяє економити ресурси та енергію яка використовується при перевезенні зерна до елеваторів та обслуговуванні самого елеватора, тобто не потребує особливих витрат і додаткових зусиль.

Пристрій для наповнення мішка зерном – бейгер – має досить просту конструкцію: на трьох колесах широкий металевий обід, на який надівається горловина мішка, згори – завантажувальний бункер і подавальний шнек, який карданним валом з'єднується з розподільчим валом трактора.

Мішок має на боках спеціальні мітки, за якими можна визначити, до якої межі він розтягнувся. Коли цієї межі досягнуто, трактор з бейгером просувається далі, а мішок, який виробники складають «гармошкою», поступово розгортається. Такий простий пристрій дозволяє наповнити мішок за годину. Для заклеювання дрібних пошкоджень у комплекті надається спеціальна клейка стрічка (нею слід заклеювати проколи, якщо беруться проби на вологість. Мішки з багатошарового еластичного пластику мають 2 м у діаметрі, 60 метрів завдовжки і можуть вміщувати до 200 тонн зерна. Їх можна застосовувати як альтернативу елеватору, так і в складах (де часто підприємства зберігають в невеликих кількостях зерно). Вартість одного мішка 800 умовних одиниць.

У них можна зберігати зерно кукурудзи, пшениці, сої, соняшнику, причому не лише фуражне, а й продовольче і навіть насіннєве, яке у природному газовому середовищі зберігає схожість. Зерно при цьому не потребує досушування, його можна закладати за природної вологості (для кукурудзи, наприклад, 19,5 – 14,8%), а концентрація вуглецю всередині мішка спричиняє стовідсоткову загибель комах-шкідників. Досвід такого зберігання зерна вже є у Росії та Казахстані [3].

Сучасні тенденції світового розвитку ставлять перед Україною нові проблеми та потребують від неї активної участі в їх рішенні. Для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, подолання технологічної відсталості, залучення новітніх технологій, підвищення конкурентної спроможності вітчизняного товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС

ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Скорик О.Ю., 5 курс ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н, проф. Михайлов М.Г.

Розрахунки - одне з найбільших масових явищ в господарському житті будь-якого підприємства. Здійснюючи безперебійний процес виробництва, кожне підприємство, з одного боку, купує сировину, матеріали, паливо, тару, товари, а з іншого - реалізує готову продукцію. Узагальнення інформації про розрахунки з постачальниками за отримані товарно-матеріальні цінності, виконані роботи, надані послуги призначений рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками й підрядниками».

За кредитом цього рахунку відображається заборгованість за отриманні від постачальників і підрядників товарно-матеріальні цінності, прийняті роботи, послуги, а за дебетом - її погашення, сплата тощо.

Рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками» має субрахунки:

631 - «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»;

632 - «Розрахунки з іноземними постачальниками».

Товарно-матеріальні цінності надходять на підприємство на підставі угод з постачальниками. В угодах передбачаються умови поставки: види та номенклатура товарно-матеріальних цінностей, що поставляються, кількість, ціна, строки поставки, порядок розрахунків.

Розрахунки між підприємствами здійснюються на наступних умовах:

- оплата тільки після відвантаження товарів;
- передоплата;
- платежі виробляються за умови згоди платника або з його доручення;
- платежі за рахунок кредитів банків.

На кожну партію відвантаженого товару постачальник виписує документи: накладні, рахунки-фактури, товарно-транспортні накладні. При отриманні товарно-матеріальних цінностей підприємством перевіряється їх кількість, якість та ціна відповідно до умов постачання. Після перевірки здійснюється реєстрація отриманого вантажу в Журналі обліку вантажів.

Рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками» ставиться до рахунків активів підприємства і їх джерел, основний пасивний. По кредиту рахунку відбиваються виникаючі зобов'язання, а по дебіту - їхнє погашення, залік або переоформлення. Сальдо рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками» кредитове, показує непогашену заборгованість постачальникам і відбивається в 4 розділі пасиву балансу.

Розрахунки з постачальниками (підрядниками) здійснюються у валюті, передбаченої у контракті. Облік операцій ведеться в гривнях, отриманих шляхом перекладу в день здійснення операції.

Бухгалтерський облік операцій у іноземних валютах ведеться в тій самій системі рахунків, що й облік операцій у гривнях. Записи по рахунках розрахунків з постачальниками і підрядчиками, покупцями і замовниками та іншими дебіторами і кредиторами здійснюються відповідно на рахунках 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками») 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядчиками», 64 «Розрахунки за податками й платежами» та ін. При цьому можливе відокремлення розрахунків в іноземних валютах на окремих субрахунках, що відкриваються в складі відповідних синтетичних рахунків. У облікових регістрах обов'язково вказують дату здійснення господарської операції, оформленої відповідним документом.

Кредитується рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками й підрядниками» тільки після того, як на склад покупця надійшли товарно-матеріальні цінності або прийняті замовником роботи, послуги (спожиті електроенергія, газ, вода й т. п.). Відбиття цих операцій на рахунках витрат на виробництво можливо, якщо час виконання робіт, надання послуг збігається з їхнім виробництвом.

Рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками» призначений для узагальнення інформації про розрахунки з постачальниками й підрядниками за:

- отримані матеріальні цінності, прийняті виконані роботи й спожиті послуги, включаючи надання енергії, газу, пари, води, а також по доставці або переробці матеріальних цінностей, розрахунки, документи на які акцептовані й підлягають оплаті через банк;
- матеріальні цінності, роботи й послуги, розрахунки по яких виробляються в порядку планових платежів;
- матеріальні цінності, роботи й послуги, на які розрахункові документи від постачальників або підрядників не надійшли;
- надлишки матеріальних цінностей, виявлені при їхньому прийманні;
- отримані послуги по перевезеннях, у тому числі розрахунки по недоборах і переборам тарифу (фрахту), а також за всі види послуги зв'язку.

Всі операції, пов'язані з розрахунками за придбані матеріальні цінності, прийняті роботи або спожиті послуги, проводять по рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками» незалежно від часу оплати пред'явленого рахунку.

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ОБЛІКУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Мелешко С.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Гаркуша С.А.

Вирішити актуальні проблеми в галузі економіки не можна без удосконалення бухгалтерського обліку. Чітко налагоджений бухгалтерський облік своєчасно забезпечує управлінські потреби необхідною та вірогідної інформацією для виконання всебічного аналізу господарської діяльності та обґрунтування відповідних рішень.

Під організацією бухгалтерського обліку слід розуміти цілеспрямовану діяльність керівників підприємства по створенню та постійному впорядкуванню і вдосконаленню системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення внутрішніх та зовнішніх по відношенню до підприємства користувачів необхідною інформацією. Бухгалтерський облік є обов'язковим видом обліку на підприємстві та являє собою систему, що дає змогу вимірювати, обробляти й передавати інформацію, а також приймати рішення для управління господарською діяльністю підприємства і є зв'язуючою ланкою між господарською діяльністю та прийняттям управлінських рішень.

Ефективність роботи бухгалтера, аналітика та управлінця на підприємстві суттєво підвищується завдяки засобам інформатизації та автоматизації документообігу, які дозволяють оперативно накопичувати відповідні бази даних про наслідки господарської діяльності та використовувати їх для формування, редагування і друку вихідних документів, квартальних, піврічних і річних звітів, а також надавати інформаційні послуги відповідним організаціям, ланкам управління щодо ефективності роботи, підвищувати ефективність праці аудиторів, ревізорів.

В умовах автоматизованої бухгалтерської інформаційної системи методологія обліку змінюється в різних напрямках: змінюється система бухгалтерського обліку, перебудовується методологія обліку, підвищується рівень управління, змінюється обліковий процес, відбувається якісна та кількісна зміна облікового апарату та його функцій.

Сучасні бухгалтерські системи спрощують створення первинних документів, забезпечують їх перевірку і друк, дають можливість переносити дані з однієї форми в іншу, ведуть архів даних за минулі періоди, проводять арифметичні розрахунки будь-якої складності і багато іншого.

Перехід до автоматизованого бухгалтерського обліку вимагає не тільки бажання і коштів, але й значної підготовчої роботи, як організаційної, так і методичної. Такий перехід на підприємстві потрібно організовувати поетапно, доцільніше його розпочати до початку звітного періоду, оскільки в якості вихідної інформації для введення її в комп'ютер є Баланс (форма № 1), залишки за відповідними рахунками, звітність за попередній період.

Для підприємства одним із важливих етапів автоматизації обліку є проведення правильної оцінки складу та обсягу необхідного документообігу, визначення переліку документів, які мають вестися в електронній формі, а які в паперовій. В зв'язку з цим необхідно чітко визначити завдання автоматизації. Як свідчить практика, то найбільша кількість помилок в обліку без використання комп'ютерних технологій виникає на етапі перенесення даних обліку з одного облікового регістру до іншого, а також при складанні різних довідок і звітів. Повністю звільнитися від такого роду помилок дозволяє використання автоматизованого обліку завдяки тому, що, як правило, при автоматизованому обліку ведеться тільки один обліковий регістр, а всі інші формуються автоматично, тому ризик помилки при перенесенні даних між регістрами обліку є мінімальним.

Крім запровадження комплексної внутрішньої автоматизації, потрібний перехід до розвитку сервісних ресурсів, запровадження обміну інформацією. Звітні дані можуть бути представлені контролюючим установам, інвесторам з метою реклами. Також інформація має бути отримана підприємством. Це доступ до нормативно-правової бази, для характеристики стану кон'юнктури ринку, для довідки. Особливу увагу слід приділити можливості автоматизації розрахункових операцій між підприємствами та реалізації товарів через мережу.

Застосування комп'ютерів впливає на зміст праці облікового персоналу і зменшує кількість механічних операцій з обробки документів, систематизації облікових показників, заповнення регістрів та звітів. Облікова праця стає більш творчою, спрямованою на організацію та удосконалення обліку.

Важливою рисою інформаційної системи обліку є можливість формування великої кількості звітів, проводити економічний та фінансовий аналіз діяльності підприємства. Вартість і витрачений час на складання зазначених форм є незначними, що дає змогу повністю задовольнити інформацією різноманітного характеру управлінський персонал, скласти прогнозні розрахунки для прийняття ефективних рішень.

Отже, підприємство потребує автоматизованої інформаційної системи обліку на базі сучасних засобів обчислювальної техніки, яка дає змогу забезпечити повне та своєчасне задоволення інформаційних потреб користувачів, аналіз і прогнозування господарсько-фінансової діяльності підприємства, виконання контрольних та аудиторських завдань з метою одержання потрібної інформації про наявні відхилення, одержання на основі автоматизації ефективних управлінських рішень.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Полятикіна Л.І., к.е.н., доцент
Євтушенко О.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»

На сучасному етапі використання засобів обчислювальної техніки для обліку, аналізу господарської діяльності і планування сільськогосподарського виробництва сприяє удосконаленню управління і поліпшення якості економічної інформації. Стратегічний напрям розвитку вітчизняного обліку на найближчу перспективу полягає в теоретичній розробці і наступному поетапному введенні концептуальних основ управлінського обліку. На сьогодні розробка чіткої структури управлінського обліку і відповідно потужної автоматизованої системи для підприємств є однією з умов їх виживання.

Економічна ситуація на підприємствах України вимагає від суб'єктів господарської діяльності своєчасного прийняття ефективних управлінських рішень. Зробити це неможливо без достовірної, належним чином обробленої та підготовленої для управління інформації про фінансово-господарську діяльність підприємства. Інструментом для одержання такої інформації виступає система бухгалтерського обліку. Саме облік надає керівництву підприємства оперативну, достовірну та об'єктивну інформацію. Ефективне досягнення цієї мети можливе при комп'ютеризації бухгалтерського обліку на підприємстві.

Комп'ютерна система бухгалтерського обліку (КСБО) забезпечує вирішення багатьох завдань через реєстрацію господарських фактів та обробки даних. КСБО на сьогодні дає можливість накопичувати, аналізувати, інтерпретувати та надавати інформацію користувачам бухгалтерського обліку.

Взагалі, автоматизація бухгалтерського обліку змінює зміст і організацію праці роботи обліку. Все менше місця в діяльності займають повсякденні трудомісткі операції, а також все більше праці стає творчо спрямована на організацію, удосконалення бухгалтерського обліку. Для удосконалення управління підприємством необхідно використовувати нові методи управління і сучасні методи побудови різних інформаційних систем. І перш за все необхідно провести докорінну реконструкцію його технічної інформаційної бази на основі запровадження автоматизованої системи обліку, в склад якої входили б автоматизовані робочі місця бухгалтера.

Все більшого значення набула комп'ютерна інформаційна система підприємства, яка дозволяє керівнику одержати значну кількість оперативної управлінської інформації; обробляти і зберігати велику кількість інформації; здійснювати вибірку інформації у великій кількості даних; виконувати складні математичні розрахунки та багато іншого, що значно полегшує ведення господарської діяльності.

Автоматизація обліку готової продукції забезпечує інформацію:

- з обліку витрат на виробництво — інформація про випуск готової продукції в натуральному вираженні за номенклатурними номерами;
- зведеного обліку і складання звітності — інформація про виручку від реалізації, про фактичну собівартість реалізованої продукції, про податок на додану вартість, про результати реалізації;
- про наявність готової продукції та її реалізації.

Автоматизація обліку підвищує ефективність і прискорює процес обробки даних, надає оперативну інформацію для прийняття рішень. Тому досить часто доцільно впроваджувати автоматизовану систему обліку не з метою отримання глобального результату, а для того, щоб вирішити ряд локальних проблем.

Завдяки комп'ютеризації бухгалтерського обліку є можливість в межах одного синтетичного рахунку одержати декілька різних розрізів аналітики, які різносторонньо відображають первинну інформацію. В аналітичних рахунках інформація групується та узагальнюється в інтересах управління за певними ознаками. Тут значно підвищується інформаційна ємність системи рахунків та можливості більш детального і глибокого аналізу інформації.

Таким чином, комп'ютеризація та автоматизація обліку на підприємстві надає ряд переваг для управлінського обліку, серед яких:

1) оперативне введення інформації, її обробка і формування вихідної інформації;

2) безпосереднє забезпечення контролю інформації;

3) збільшення швидкості обміну інформацією між управлінськими органами і керованими об'єктами;

4) скорочення ручної праці, пов'язаної з розрахунками аналітичних показників і заповненням форм внутрішньої бухгалтерської звітності;

5) зменшення витрат часу на підготовку інформації;

6) значне вдосконалення самого процесу організації обліку та формування показників бухгалтерської звітності.

Отже, запровадження автоматизації обліку готової продукції буде сприяти підвищенню ефективності виробництва вцілому.

ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Грибиниченко О.О., студ.4 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Ткаль Я.С.

Економіка України зазнала суттєвих змін обумовлених, зокрема, швидкими темпами розвитку інформаційних технологій в галузі рослинництва. Для вирішення проблеми інформаційного «голоду» на фінансову інформацію використовується автоматизація облікового процесу. Щоб бути представленим на сучасному ринку, досить широко мати привабливість для інвесторів, швидко адаптуваться до змін в законодавчий базі, своєчасно реагувати на зміну коливання попиту, необхідно володіти достовірною та оперативною інформацією. Тому виникає необхідність в автоматизації системи управління та обліку сільськогосподарських підприємств. Проблемою автоматизації на сільськогосподарських підприємствах залишається відсутність програмного забезпечення саме з обліку аграного виробництва.

Проблему автоматизації бухгалтерського обліку підприємств аграрного сектору досліджували М.Ф.Огійчук, Л.Г.Панченко, П.А.Щербакова, Л.К.Сук, П.Т.Саблук, та інші вчені.

Ефективність роботи бухгалтера, аналітика та управління на підприємстві суттєво підвищується завдяки засобам інформації та автоматизації документообігу, які дозволяють ефективно накопичувати відповідні бази даних про наслідки господарської діяльності та використовувати їх для формування, редагування і друку вихідних документів, квартальних, піврічних і річних звітів, а також надавати інформаційні послуги відповідним організаціям, ланкам управління щодо ефективності роботи, підвищувати ефективність праці аудиторів, ревізорів.

Відсутність на багатьох підприємствах аграрного виробництва відділів інформатизації і автоматизації документообігу господарських документів призводять до багатьох недоречностей і недоліків, які гальмують розвиток інформаційної мережі. Серед них можна виділити такі: використання як нових так і старих програмних засобів, значно ускладнює обслуговування інформаційної системи та знижує ефект її впровадження; усунення окремих недоліків різноманітних програмних засобів може перейти в повсякденну проблему, що потребує створення засобів моніторингу стану всієї інформаційної мережі; відсутність нормативної бази для регулювання автоматизованої форми обліку на вітчизняному рівні.

Недосконаліть системи управління призводить до зниження прибутковості діяльності підприємства, нестійкого на ринку товарів та послуг.

Витрати на обслуговування і доробку інформаціно – автоматизованих систем постійно збільшуються, а фактичний результат залишається від їх використання на незадовільному рівні. Розробка вказаних інформаційних бухгалтерських систем досить дорога і займає багато часу при відсутності гарантії результату.

Тому досить актуальною залишається проблема дослідження можливостей програмного забезпечення для автоматизації бухгалтерського обліку і прийняття на їх підставі ефективних рішень.

Перед науковцями постає завдання розробки та вдосконалення бухгалтерського обліку на підприємствах, як основного джерела інформаційного забезпечення користувачів усіх рівнів в умовах використання інформаційних технологій. Технологія автоматизації бухгалтерського обліку своїми процесами аналогічна до звичайного «паперового» обліку. Кожен комп'ютерний бухгалтерський компонент має зв'язки зі синтетичними та аналітичними рахунками, документами – підставами, іншими реєстрами господарських операцій.

Основними загальними реквізитами комп'ютерних бухгалтерських реєстрів є: дата, код проведення, заповнені строки, сума проведень, номер синтетичного рахунка з дебету, його аналітичні рахунки, номер синтетичного рахунка з кредиту, його аналітичні рахунки.

При автоматизованій формі обліку, як правило, передбачається поєднання даних аналітичного і сентитичного рівня. В автоматизованих системах для відображення аналітичної інформації щодо основних засобів, запасів постачальників, передбачено заповнення – ведення довідників. Проблема полягає в тому, що система повинна задовольняти кілька вимог: бути достатньо функціональною, завершеною з точки обліку, бути універсальною, тобто враховувати специфіку галузевих особливостей підриємств.

Таким чином, програма, побудована з урахуванням особливостей обліку в аграрному виробництві на базі Національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку, є вкрай необхідною. При цьому необхідно врахувати можливість одночасного ведення бухгалтерського і податкового обліку, що в сучасних умовах є досить актуальним і практичним моментом. Одночасне ведення даних, необхідних для податкового і бухгалтерського обліку,дає можливість користувачам прослідкувати всі господарські операції і зміни в складі активів і пасивів, що відбуваються на різних ланках облікової політики.

ОБЛІК ТА АУДИТ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО ПАРКУ.

Колдовська Є.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Сергеєв Ю.Г.

Автомобільний транспорт, поза всяким сумнівом, належить до основних засобів, оскільки він повністю підпадає під визначення чинного законодавства, як сукупність матеріально-майнових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу у сфері матеріального виробництва та у невиробничій сфері.

Процес виробництва в автомобільному парку полягає в здійсненні транспортного процесу (перевезення), в результаті якого готова продукція як така не утворюється. «Продукція» автомобільного парку виступає сам процес переміщення вантажів і пасажирів, на стадії якого засоби праці, предмети праці і сама праця вступають у взаємозв'язок. Частина витрат на утримання автомобільного парку безпосередньо пов'язана з наданням транспортних послуг, формує їх собівартість. Решта операційних витрат, а також витрати інвестиційної та фінансової діяльності відносять на зменшення фінансового результату того звітного періоду, в якому вони виникли.

Тому основними завданнями обліку та аудиту витрат на утримання автомобільного парку нами визначені наступні: своєчасність, повне і правильне визначення витрат на перевезення за статтями витрат і елементами витрат, при порівнянні їх з плановими в перерахунку на фактичний обсяг перевезень; розрахунок собівартості виконаних робіт і послуг за їх окремими видами та в цілому на підприємстві; виявлення внутрішніх резервів зниження собівартості перевезень; точне їх відображення всіх невиробничих витрат і втрат з метою їх ліквідації в подальшому.

Оформленню первинної транспортної документації при перевезеннях вантажів автомобільним транспортом слід приділити особливу вагу. При перевезеннях вантажів автомобільним транспортом застосовуються такі типові форми первинного обліку роботи вантажного автомобіля: дорожній лист вантажного автомобіля; товарно-транспортна накладна; талон замовника та інші. Зазначені бланки є документами суворої звітності, виготовляються друкарським способом з обліковою серією і друкарською нумерацією.

На підприємстві облік витрат на утримання автомобільного парку по кожному виду послуг ведеться у відповідності зі статтями витрат, передбаченими калькуляцією. Для ПП „Надь" нами були визначені наступні: заробітна плата; відрахування на соціальні заходи; паливо; мастильні матеріали; знос і ремонт автомобільної гуми; експлуатаційний ремонт і технічне обслуговування автомобілів та причепів; амортизаційні відрахування; загальновиробничі витрати.

В свою чергу, аудит – це процес, впродовж якого незалежний робітник накопичує та оцінює надану йому інформацію в специфічній господарській системі, щоб визначити та виразити у своєму заключенні ступінь відповідності цієї інформації встановленим критеріям або - це незалежна перевірка даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності з метою висловлення думки, щодо достовірності бухгалтерського обліку і фінансової звітності в аудиторському висновку.

Для виконування аудиту повинна існувати інформація у формі, що допускає перевірка, та певні стандарти (критерії), за допомогою яких аудитор може оцінити інформацію. При аудиті бухгалтерських даних визначається, чи правильно відображає записана інформація ті економічні події, які відбулися за перевіряючий період.

Внутрішній аудит входить до штату підприємства і виконує функції внутрішнього контролю і підпорядковується керівнику підприємства (підрозділу). Зовнішній аудит є незалежним, бо він не підпорядковується керівнику підприємства і здійснюється особою, яка не має власних інтересів, не володіє часткою майна перевіряючого об'єкта.

Порядок проведення аудиту витрат на утримання автотранспорту на підприємстві полягає в визначенні правильності ведення статей витрат. В нашому випадку необхідно перевірити правильність нарахування заробітної плати (водіям, обслуговуючому персоналу автомобілів та ін.) та відрахування з неї, використання палива та мастильних матеріалів, згідно вказаних норм, достовірність відображення в обліку проведення поточних та капітальних ремонтів, амортизаційних відрахувань, правильність визначення загальновиробничих витрат та їх розподіл.

Робочі документи аудитора являють собою записи аудитора про планування аудиту, його характеру, часу проведення та обсяг виконаних аудиторських процедур, їх результатах, а також результатах, зроблених на основі отриманих доказів. Якщо файли робочих документів стандартизовані, аудитору легше контролювати процес збору інформації і більш детально аналізувати весь спектр проведених робіт. Загальним критерієм до змісту робочих документів є те, що аудитор повинен документувати інформацію, яка являється важливою для забезпечення доказів в підтримку аудиторської думки і забезпечення доказів проведення аудиту у відповідності з вимогами МСА.

Як ми бачимо, питання обліку та аудиту витрат на утримання автотранспорту підприємств є не повністю дослідженим та потребує вдосконалення як сучасної нормативної бази, так і документів внутрішнього оформлення.

ОЦІНКА ТА КАЛЬКУЛЯЦІЯ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сергеєв Ю.Г., ст. викладач

Бухгалтерський облік нерідко називають вартісним, підкреслюючи те, що в цьому обліку відображаються лише такі об'єкти, які мають вартісну оцінку. Саме застосування вартісної оцінки дає можливість зіставити та узагальнити різнорідні засоби та економічні явища, порівняти витрати підприємства з виручкою, виявити результати його роботи. Отже, такі важливі економічні показники, як собівартість, прибуток, рентабельність базуються на вартісній оцінці. З цією метою використовуються такі елементи методу бухгалтерського обліку як оцінка і калькуляція.

У діяльності підприємств ресторанного бізнесу сировину, готову продукцію, товари і тару обліковують за купівельною вартістю, за продажною вартістю та за собівартістю готової продукції або послуг. На сьогоднішній день на підприємствах ресторанного господарства використовують наступні методи оцінки сировини, товарів і тари: на дату придбання – за первісною вартістю; на дату складання балансу – за первісною вартістю або чистою вартістю реалізації (меншою); при відпуску – за ідентифікованою собівартістю відповідної одиниці запасів; середньозваженою собівартістю; сумою нормативних затрат; собівартістю перших за часом надходження запасів; ціною продажу.

Але згідно чинного законодавства, у разі убутку запасів оцінка їх вартості здійснюється за методом вартості перших за часом надходжень (ФІФО) або за методом ідентифікованої вартості відповідної одиниці запасів, що визначається платником податку згідно з відповідним національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку. Застосовані платником податку методи обліку вартості запасів не можуть змінюватися протягом звітного податкового року. Тому, для підприємств громадського харчування, ми пропонуємо облік вибуття запасів вести суто за методом ФІФО. Адже саме його треба застосовувати для розрахунку балансової вартості запасів на кінець періоду для цілей податкового обліку.

З метою наглядності обліку та його реальності пропонуємо на підприємствах ресторанного господарства використовувати картку залишків запасів, яка повинна вміщувати наступні реквизити: найменування запасів; дата; залишок на початок дня: кількість (кг), ціна (грн), сума (грн); надійшло: кількість (кг), ціна (грн), сума (грн); вибуло: кількість (кг), ціна (грн), сума (грн). Цей документ надасть оперативну інформацію про партії та ціну сировини на підприємстві. Тепер, у нас є інформація для заповнення рядку «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)» у Звіті про фінансові результати.

На підприємства ресторанного господарства сировина, продукти і товари надходять за цінами придбання. Реалізація продукції власного виробництва та купованих товарів споживачам здійснюється за цінами продажу (цінами ресторанного господарства). Ці ціни є обліковими і включають, окрім ціни придбання, суму ПДВ (якщо підприємство чи заклад є платником ПДВ) та визначений розмір націнки.

Економічна сутність торгової націнки у ресторанному господарстві, на відміну від роздрібної торгівлі, полягає у необхідності відшкодування не лише витрат обігу (поточних витрат), але й витрат на виготовлення власної продукції. Розмір націнки підприємства ресторанного господарства залежить від його типу та класу і встановлюється ним самостійно.

На куповані товари, які будуть підлягати реалізації через мережу ресторанного господарства, націнка встановлюється за методикою, яка використовується підприємствами роздрібної торгівлі. Ціни продажу на продукцію власного виробництва визначають під час складання калькуляційної картки. Калькуляційна картка призначається для визначення ціни окремо на кожну страву (виріб) кухні. Для більш точного визначення ціни однієї страви калькуляція може складатися з розрахунку вартості сировини на 100 порцій. Встановлена ціна страви зберігається до зміни сировинного набору страви або вартості сировини. При зміні зазначених показників нова ціна обчислюється у наступній вільній графі картки. У картці зазначають найменування страви, її номер за збірником рецептур, вихід в грамах, перелік видів сировини в кількості на 100 порцій; потім проставляють роздрібні ціни сировини за одиницею маси або за штуку.

Що стосується витрат, пов'язаних із веденням діяльності підприємства, а також майбутнього прибутку, то їх покриття та забезпечення здійснюється через торгову націнку, що нараховується на вартість продуктів (сировини) і товарів. Величина майбутнього податкового зобов'язання щодо ПДВ у частині торгової націнки дорівнює 20 % її величини і має бути врахована як складова частина торгової націнки. Крім того, через те, що продукти (сировина), товари обліковуються за вартістю без урахування ПДВ, сплаченого у складі вартості постачальника (платниками ПДВ на підставі податкової накладної), для покриття понесених витрат торгова націнка має включати і суму такого податку.

Таким чином, калькуляція є необхідною умовою обґрунтованої грошової оцінки, а грошова оцінка – невід'ємною складовою калькуляції, яка, власне, і забезпечує виконання калькуляційних розрахунків. Тільки грошова оцінка уможливлює облік та узагальнення всіх різноманітних витрат ресурсів і послуг. Способи оцінки і калькулювання досить тісно пов'язані між собою, а тому їх гармонічне поєднання, узгодженість дають змогу відобразити наявність та рух господарських засобів і процесів у грошовому вимірнику.

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Глушаченко А.І., ст. викладач

Виникнення облікової політики в умовах ринкових відносин пов'язано з такими умовами: надання в законодавчих актах альтернативних варіантів щодо організації та ведення бухгалтерського обліку; розширення видів діяльності та організаційно-правових форм ведення бізнесу; зміна ролі бухгалтера в господарському житті підприємства від простого реєстратора господарських операцій до активного її учасника.

В світовій практиці прийнято, що питання управлінського обліку законодавчо не регламентуються на рівні держави. В Україні аналогічні принципи закладені з початку реформування системи бухгалтерського обліку. Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» передбачено, що підприємство самостійно розробляє систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю господарських операцій (п.5 ст.8).

Відповідно до ст.1 Закону 996, внутрішньогосподарський (управлінський) облік – система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Управлінський облік являє собою систему інформаційної підтримки управління.

Отже, для забезпечення ефективного управління діяльністю підприємства, а також контролю за використанням всіх видів ресурсів на підприємствах керівництву та спеціалістам відповідних служб необхідно самостійно розробити основні підходи до організації і ведення управлінського обліку.

Дані підходи мають бути відображені в окремому документі – Наказі про облікову політику на підприємстві. Оскільки інформація управлінського обліку становить в більшості комерційну таємницю, то і даний документ має бути призначений лише для внутрішнього використання, причому для обмеженого кола осіб, які безпосередньо пов'язані з формуванням та отриманням інформації, що забезпечується системою управлінського обліку.

Питання постановки і ведення управлінського обліку на підприємстві є досить складним внаслідок відсутності чітких орієнтирів щодо такої роботи. Для кожного підприємства це є власною розробкою і становить комерційну таємницю. Тому для тих підприємств, що вперше розробляють систему управлінського обліку, це завдання є досить складним – немає наочних прикладів постановки і функціонування цієї системи. Питання ведення управлінського обліку вирішується на кожному підприємстві самостійно. Це залежить від кількох факторів: величини підприємства, обсягів і характеру його діяльності, особливості здійснення технологічних операцій та ін.

В практиці постановки і ведення управлінського обліку є два основних підходи:

- автономний принцип побудови управлінського і фінансового обліку;
- інтегрований принцип.

При першому варіанті управлінський і фінансовий облік виділяються як самостійні замкнуті підсистеми. При цьому варіанті підприємства для ведення управлінського обліку можуть використовувати окремий план рахунків відокремлений від плану рахунків фінансового обліку. Зв'язок між ними здійснюється через однойменні дзеркальні рахунки.

Другий варіант передбачає, що рахунки управлінського і фінансового обліку, що відображають витрати ведуться в одній системі рахунків бухгалтерського обліку, без виділення калькуляційних рахунків в окрему систему рахунків управлінського обліку.

Побудова системи управлінського обліку тісно пов'язана з організаційною структурою підприємства. Повноваження та відповідальність в сфері менеджменту повинні бути розподілені між управлінським персоналом різного рівня для розширення його можливостей та підвищення ефективності. Таким чином, побудова системи організаційного забезпечення управлінського обліку базується на концепції децентралізації управління. Для цього в системі управлінського обліку повинні бути визначені центри відповідальності.

Центром відповідальності є підрозділ (ділянка), в якому виникають і контролюються витрати, отримуються доходи, чи здійснюються і контролюються інвестиції.

Відповідно до цього на підприємстві можна виділити три типи центрів відповідальності:

- центри витрат;
- центри доходів;
- центри прибутку;
- центри інвестицій.

Керівники відповідних центрів відповідальності є відповідальними особами, і визначаються такими в наказі про облікову політику підприємства. А розмежуванням повноважень кожного з них з метою визначення функційних обовязків працівників апарату управління, здійснюють у відповідності до штатного розпису підприємства, з ефективного прийняття управлінських рішень в діяльність кожного структурного підрозділу та підприємства в цілому.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Шепель А.В., студ. 5 курс, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Мішньова Н.А.

Готовою вважають продукцію, яка пройшла всі стадії виробничого процесу (обробки), отримала товарний стан, відповідає встановленим стандартам або технічним умовам, прийнята відділом технічного контролю, яку здано на склад або замовнику. Готова продукція – це матеріальний результат виробничої діяльності.

Однією з важливих умов організації обліку сільгосппродукції є своєчасне,якісне і достовірне ведення її обліку. На практиці виявилося, що в Інструкції щодо застосування Плану рахунків існує суперечність щодо обліку виробничих запасів. З одного боку облік кормів, насіння й саджанців, що використовуються для висаджування, посіву та відгодівлі тварин на підприємстві, пропонується вести на субрахунку 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення» рахунку 20 «Виробничі запаси».

З іншого боку в цій же Інструкції пропонується вести облік продукції власного виробництва, призначеної для продажу та іншого невиробничого споживання на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». Також автори Інструкції пропонують на цьому ж рахунку вести облік продукції, призначеної для споживання в тваринницьких підрозділах підприємства як корми, продукцію, яка вирощена спеціально для відгодівлі тварин (наприклад зелену масу, корм, а також побічну продукцію і відходи, одержані в процесі доведення продукції до товарного вигляду, а насіння – до садивного матеріалу.

Тобто, одні й ті ж запаси, які мають одне й те ж призначення, потрібно обліковувати на двох рахунках. Але насіння, садивний матеріал, корми, побічна продукція та відходи належать до виробничих запасів, так як вони будуть використовуватися на підприємстві, тому доцільніше вести їх облік на субрахунку 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення» рахунку 20 «Виробничі запаси», а не на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва». Відповідно й у балансі ця продукція також має відображатися у складі виробничих запасів.

Вважаємо,що на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва» має обліковуватись лише та сільськогосподарська продукція (не промислова), що призначена для реалізації, тобто не буде використана на даному підприємстві.

Також існують суперечності між Інструкцією про застосування Плану рахунків та Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 2 «Баланс». У балансі немає статті «Продукція сільськогосподарського виробництва», а є стаття «Готова продукція», в якій передбачено показувати залишок виробів на складі, обробка яких закінчена та які пройшли випробування, приймання, укомплектовані згідно з умовами договорів із замовниками і відповідають технічним умовам і стандартам. Тут йде мова про промислову продукція, облік якої передбачено вести на рахунку 26 «Готова продукція»,і не передбачається показувати продукцію сільськогосподарського виробництва, що обліковується на рахунку 27. Тому виникає питання: де сільськогосподарським товаровиробникам відображати у балансі сільськогосподарську продукцію, а де продукцію промислового виробництва.

Отже, вважаємо слід внести зміни до Інструкції про застосування Плану рахунків та П(С)БО 2 «Баланс» з уточненням їх на сільськогосподарських підприємствах.

Ми схиляємося до думки, що найкраще вести облік сільськогосподарських виробничих запасів на аналітичних рахунках субрахунку 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення», які кожне підприємство відкриває самостійно в залежності від видів таких запасів, облік яких ведуть на субаналітичних рахунках.

Також потрібно окремо вести облік куплених виробничих запасів і власного виробництва, оскільки методи їх оцінки при надходженні та вибутті різні.

Облік продукції сільськогосподарського виробництва доцільніше здійснювати на рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва» у розрізі окремих субрахунків, які підприємство відкриває самостійно за видами готової продукції. Наприклад: продукція рослинництва; продукція тваринництва.

На цьому рахунку доцільно обліковувати лише продукцію сільськогосподарського виробництва, призначену для продажу на сторону, видачі працівникам у рахунок оплати праці, використання в невиробничих цілях. На цей рахунок слід також оприбутковувати з виробництва продукцію, призначення якої відразу не можна визначити, а після первинної обробки такої продукції та визначення сфери використання у вигляді насіння чи кормів її слід переносити з рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва» на субрахунок 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення», тобто зараховувати до складу виробничих запасів. У бухгалтерському балансі доцільніше виділити окрему статтю «Продукція сільськогосподарського виробництва», на якій слід показувати вартість продукції, яка призначена для продажу, видачі працівникам та використання у невиробничих цілях.

Для більшої зручності використання облікової інформації адміністрацією підприємства на сільськогосподарських підприємствах можна до рахунку 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва» відкрити аналітичні рахунки, на яких буде окремо вестися облік сільськогосподарської продукції за плановою та окремо за фактичною собівартістю.

ОБЛІК ВИДАТКІВ НА РЕМОНТ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Телегунь М.І., доцент

Однією з важливих передумов високоякісного, перманентного, своєчасного надання цих послуг є забезпеченість бюджетних установ засобами праці, які становлять самостійний об'єкт бухгалтерського обліку зазначених суб'єктів господарювання - так звані необоротні активи.

Необоротні активи являють собою сукупність матеріально-речових і нематеріальних цінностей та об'єктів, які належать установі, забезпечуючи її функціонування, і мають очікуваний термін корисної дії чи експлуатації понад один рік.

У процесі споживання основні засоби бюджетних установ поступово втрачають свою вартість, що спричинюється не тільки їх використанням, а й впливом зовнішнього середовища, а також морального зносу. Поняття зносу основних засобів у бюджетних установах не тотожне зносу основних засобів галузей матеріального виробництва, оскільки тут не здійснюється перенесення вартості на результати праці (таким чином, на основні засоби бюджетних установ не нараховується амортизація). Вартість основних засобів бюджетних установ зникає із споживанням їх споживчої вартості.

Стан основних засобів бюджетних установ характеризує їх знос, тобто поступове зниження первісної вартості. Знос нараховується на основні засоби, що знаходяться на балансі бюджетних установ.

Для підтримки об'єктів основних засобів у робочому стані здійснюється їх ремонт. Залежно від обсягу робіт ремонти поділяються на поточні та капітальні. При поточному ремонті виконується заміна окремих частин, деталей, ліквідуються ушкодження і т.п. Капітальний ремонт передбачає заміну конструкцій споруд і будівель, а також заміну чи поновлення зношених вузлів. Капітальний ремонт може проводитись:

- підрядним способом (тобто із залученням до ремонту спеціалізованих підрядних організацій);
- господарським способом (проводиться матеріалами та працівниками бюджетної установи).

У разі господарського способу ведення ремонтних робіт ремонт проводиться власними силами установи. При цьому початку ремонтних робіт передує огляд об'єкта, складання дефектної відомості на об'єкт та складання кошторису ремонтних робіт. Підставою для початку робіт ремонтної бригади установи є наряд на відрядну роботу, в якому визначається комплекс завдань, умови оплати та склад виконавців ремонтних робіт.

Бухгалтерія обліковує фактичні та касові видатки на ремонт за наступними статтями згідно з економічною класифікацією видатків (КЕКВ) :

1111 – заробітна плата працівникам, що були зайняті ремонтом основних засобів;

1120 – нарахування на заробітну плату єдиного соціального внеску;

1131 – витрати матеріалів, малоцінних та швидкозношуваних предметів на потреби ремонту;

1134 – на суму витрат, що нарахована та оплачена різним організаціям за окремі роботи з поточного ремонту.

Фактичні видатки обліковуються за кожним окремим об'єктом на рахунку 80 „Видатки загального фонду", якщо ремонт здійснюється за кошти загального фонду, або 81 „Видатки спеціального фонду" – якщо видатки на ремонт передбачені кошторисом по спеціальному фонду. При цьому використовується спеціальний субрахунок (800, 812, 813).

У разі підрядного способу ведення ремонтних робіт витрати з проведення ремонту несе підрядчик, з яким укладається письмова угода на виконання відповідного комплексу робіт. Бюджетна установа здійснює розрахунки з підрядчиком у міру виконання встановлених етапів, із письмовим підтвердженням цього факту, віднесенням суми на фактичні видатки. На проведення капітального ремонту обов'язково складається кошторис згідно з діючими вимогами та затверджується у встановленому порядку.

Видатки на капітальний ремонт основних засобів не відносяться на збільшення їх вартості. Вони відносяться на видатки установи поточного року. Економічною класифікацією видатків передбачено, що капітальні видатки відображаються за кодом 2130 „Капітальний ремонт основних засобів".

Фактичні видатки обліковуються за кожним окремим об'єктом на рахунках 80 „Видатки загального фонду" чи 81 „Видатки спеціального фонду" в залежності від джерела цих видатків, передбачених кошторисом.

Для оформлення приймання-здавання основних засобів після капітального ремонту, застосовується Акт прийняття-здання відремонтованих, реконструйованих та модернізованих об'єктів типової форми ОЗ-2 (бюджет). Акт складається у двох примірниках і підписується представником установи, уповноваженим на прийняття основних засобів після ремонту, та представником підприємства (організації), яке виконувало їх ремонт. В акті вказується кошторисна вартість ремонту і фактична вартість закінчених робіт. Перший примірник акта здається в бухгалтерію установи, де робляться відповідні записи в інвентарних картках обліку основних засобів. Другий примірник передають підприємству, яке виконувало ремонт.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ В ТВАРИННИЦТВІ

Солоха Н.О., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Болмат Г.А.

Не зважаючи на значне скорочення обсягу виробництва продукції галузі тваринництва, проблеми обліку витрат в даній галузі не втрачають своєї актуальності і на сьогодні та потребують застосування прогресивних, раціональних методів вирішення.

На сучасному етапі розвитку економіки спостерігаються глибокі зміни в управлінні виробництвом, що потребує належного інформаційного забезпечення. Забезпечити дані потреби можна шляхом створення відповідної системи бухгалтерського обліку, яка б орієнтувалась на задоволенні потреб внутрішніх та зовнішніх користувачів інформації. В умовах формування ринкової економіки в завдання обліку виробництва ставиться належне забезпечення потреб внутрішніх користувачів в достовірній інформації.

Облік витрат є досить важливим, оскільки надає необхідну інформацію про хід виробничих процесів, про виконання планових завдань галузі, сприяє забезпеченню зберігання власності, росту рентабельності, підвищення ефективності і покращення якості роботи.

Облік витрат на виробництво продукції тваринництва передбачає оперативне, достовірне і повне надходження інформації щодо понесення трудових, матеріальних і грошових витрат на її виробництво, достовірне і повне надходження інформації щодо кількості та вартості одержаної продукції, витрати на її реалізацію по підприємству і в цілому по окремих його структурних підрозділах.

Крім того, не менш важливою проблемою обліку витрат в тваринництві є недосконалість нормативно-правової бази, яка закріплює основні положення ведення бухгалтерського обліку у галузі тваринництва. З метою регулювання ведення бухгалтерського обліку у тваринництві в Україні прийнято значну кількість законодавчих і нормативних актів, які постійно доповнюються та уточнюються. Проте, вони часто не призводять до покращення і полегшення ведення обліку, а їхні положення суперечать одне одному чи створюють умови для двоякого трактування. Всі зміни у законодавстві вимагають постійного спостереження за ними для чіткої і своєчасної реакції з метою забезпечення правильності обліку і уникнення помилок. Норми ведення обліку у тваринництві, які закріплені у основних нормативно-правових актах державних органів, не завжди зрозумілі і досить часто не мають пояснення до їх практичного застосування, в свою чергу породжує можливі розбіжності при оприбуткуванні продукції, розподілі тих чи інших витрат та ін. Такі недоліки викликають викривлення даних у різних формах звітів, що негативно впливає на організацію обліку в цілому.

Також заслуговують на увагу проблеми, породжені порушенням раціональної організації ведення обліку безпосередньо на підприємстві. На багатьох підприємствах відсутня система контролю за своєчасністю подання і якістю складання первинних документів з обліку у тваринництві. Часто документи подаються із запізненням на кілька днів, а не відразу після фактичного здійснення операції, і не містять всіх необхідних реквізитів, відсутність яких призводить до збільшення непродуктивних затрат часу на їх обробку. Такі явища призводять до несвоєчасного виконання бухгалтерією її функцій і обробки великої кількості інформації одночасно. Крім того, затримка подання інформації, отриманої на місцях, може призвести до несвоєчасного реагування на негативні тенденції розвитку галузі, а саме зростання витрат кормів із одночасним зниженням приросту та ін. Тому, для ефективного ведення господарювання і підвищення якості облікових процесів необхідним є чіткий облік на місцях утримання тварин, своєчасне реагування на всі зміни у поголів'ї, оприбуткування в повному обсязі різного виду продукції. Важливими умовами для уникнення проблем при веденні обліку є правильна і злагоджена робота бухгалтерії, яка має забезпечити відображення всіх отриманих даних на рахунках у відповідності з вимогами законодавства, уникнення перекручень та відсутності певної інформації у зведених звітах, складених на основі опрацьованих первинних форм документів; вірне списання витрат на відповідні об'єкти обліку; правильне розмежування, групування витрат для відповідних цілей обліку.

Крім того, методика ведення обліку, яка застосовується протягом багатьох років на підприємствах сільського господарства, застаріла і вимагає впровадження нових прогресивних методів. Облік витрат тваринництва вимагає постійної обробки великої кількості облікової інформації. Тому актуальним є питання його вдосконалення з метою зменшення непродуктивних витрат часу на виконання великого обсягу зайвої ручної роботи. Потрібно розробити єдині моделі форм бухгалтерського обліку, розраховані на обробку інформації вручну та на персональних комп'ютерах, тобто надати сільськогосподарським товаровиробникам реєстри синтетичного та аналітичного обліку і алгоритм їх ведення.

Таким чином, важливим завданням, яке стоїть перед наукою і практикою бухгалтерського обліку, є формування такої інформації про виробничий процес, яка б об'єктивно та оперативно відображала господарську ситуацію в межах підприємства, спрямовувала управлінський персонал на вибір найбільш ефективних шляхів розвитку підприємства, зокрема тваринництва, що задовольняє першочергові потреби суспільства.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сірий І.Г., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Ткаль Я.С.

В умовах конкурентної боротьби між товаровиробниками підвищенню ефективності використання основних фондів повинна приділятися особлива увага, оскільки від їх використання залежить усі техніко-економічні показники: випуск продукції, її собівартість, продуктивність праці, прибуток, рентабельність, фінансовий стан.

В економічній літературі вивчення питань формування, підвищення ефективності використання основних засобів привертає увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Теоретичні та практичні аспекти даного питання досліджувались і висвітлені у роботах вітчизняних учених: В.Г. Андрійчука, В.Г. Більського, П.І. Гайдуцького, М.Я. Дем'яненка, О.І. Дація, В.Я. Дзиковича, М.Х. Корецького, О.В. Крисального, М.Г. Лобаса, М.Й. Маліка, Л.О. Мармуль, В.Я. Месель-Веселяка, Л.Ю. Мельника, П.М. Макаренка, Г.М. Підлисецького, В.Я. Плаксієнка, П.Т. Саблука.

Використання основних засобів вимагає досконалої організації обліку та контролю за їх наявністю та збереженням з моменту придбання до вибуття.

На підприємствах у процесі виконання робіт основні засоби поступово зношуються, вимагаючи усунення технічних несправностей, що утворюються в їх конструкціях, наявність яких затрудняє нормальну експлуатацію, знижує їх продуктивність або не забезпечує безпечних умов праці. Своєчасне усунення цих недоліків є однією з умов ефективного використання основних засобів. У процесі ремонту (відновлення) повністю або частково відновлюють кількісні та якісні характеристики, з якими об'єкт спочатку вступав у експлуатацію та які були втрачені ним за час виконання своїх функцій.

Завершення ремонту оформляється Актом приймання–здачі відремонтованих, реконструйованих або модернізованих об'єктів, який складають у двох примірниках і підписують представники обох сторін. На підставі акту підрядник включає в рахунок також суму податку на додану вартість.

Активна частина основних промислово-виробничих фондів характеризує виробничі можливості підприємства.

Економічна ефективність функціонування підприємства залежить від використання основних засобів, що в свою чергу спонукає систематично аналізувати величину і стан основних засобів, давати оцінку ефективності їх віддачі.

На практиці це відбувається у кількох напрямах, а саме розглядають динаміку величини основних засобів з урахуванням основних засобів, аналізують їх структуру та проводять аналіз оновлення, вибуття, зношування.

Підвищення ефективності використання устаткування забезпечується двома шляхами: інтенсивним (за потужністю) та екстенсивним (за кількістю устаткування і часом роботи).

Для оцінки використання основних засобів застосовують відповідні показники, які за своїм призначенням поділяються на узагальнюючі та часткові.

Для більш детальної характеристики ефективність використання основних фондів та виявлення резервів доцільно аналізувати використання виробничого устаткування, оскільки це важливий чинник зміни фондовіддачі.

Основні напрями поліпшення використання основних фондів підприємств:

- зменшення кількості недіючого устаткування;
- підвищення якості ремонтного обслуговування основних засобів;
- удосконалення виробничої структури;
- модернізація діючого устаткування, машин і механізмів;
- економічне стимулювання раціонального використання основних засобів.

Від вирішення проблеми, тобто підвищення ефективності використання основних засобів, залежить конкурентоспроможність продукції на ринку. Необхідно відшукати додаткові кошти для поповнення основними фондами підприємства, які б дозволяли впроваджувати прогресивні ресурсозберігаючі технології виробництва продукції.

Майже кожне підприємство може поліпшити структуру основних виробничих фондів за рахунок підвищення частки виробничого устаткування. Це можливо завдяки більш раціональному розставлянню устаткування усередині цехів, розміщення його на відкритих площадках, де це можливо, а також виносу з виробничих площ невиробничих служб (складів, контор і т.д.) і розміщення на них додаткової кількості устаткування.

Таким чином, фінансовий аспект цієї проблеми полягає перед усім у тому, що підприємство має так розпорядитись коштами для придбання основних засобів, щоб створити оптимальні умови для досягнення високих кінцевих результатів.

УДОСКОНАЛЕННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ШЛЯХОМ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Панченко О.В., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кадацька А.М.

В ринкових умовах господарювання автоматизація процесу обліку дає можливість економити підприємству свій час та кошти, а головне своєчасно приймати ефективні управлінські рішення. На ринку програмних продуктів представлено широкий спектр програм по автоматизації бухгалтерського обліку, найпоширенішими з яких і найбільш адаптованими до української системи ведення обліку є пакет 1С: "Підприємство".

Економічна діяльність підприємств в Україні відбувається в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів, що обумовлює необхідність раціонального використання наявних у них основних засобів.

В Україні більш широкого розповсюдження набула програма "1С: Підприємство 7.7". Проте сьогодні дедалі більшої популярності набуває нова версія цієї програми "1С: Підприємство 8.0" завдяки своїм новим додатковим можливостям.

Система програм "1С: Підприємство" призначена для вирішення широкого спектру задач автоматизації обліку стоять перед сучасними підприємствами, що динамічно розвиваються. Вона є системою прикладних рішень, побудованих за єдиними принципами і на єдиній технологічній платформі: «1С: Підприємство». Керівник може вибрати рішення, яке відповідає актуальним потребам підприємства і надалі розвиватиметься у міру зростання підприємства або розширення задач автоматизації.

Задачі обліку і управління можуть істотно відрізнятися залежно від роду діяльності підприємства, галузі, специфіки продукції або послуг, що надаються, розміру і структури підприємства тощо. Важко собі представити одну програму, призначену для масового використовування і задовольняючу при цьому потребам більшості підприємств. При цьому керівнику, з одного боку, необхідне рішення, відповідне специфіці саме його підприємства, але, з другого боку, він розуміє переваги вживання масового перевіреного продукту. Поєднання цих потреб і забезпечує "1С: Підприємство" як система програм. Програмні продукти системи "1С: Підприємство" можуть бути адаптовані до будь-яких особливостей обліку на конкретному підприємстві.

Програма 1С: Бухгалтерія є універсальною бухгалтерською програмою і призначена для ведення синтетичного й аналітичного бухгалтерського обліку по різних розділах.

Аналітичний облік ведеться по об’єктах аналітичного обліку (субконто) у натуральному і вартісному вираженнях. Програма надає можливість ручного й автоматичного введення проводок. Усі проводки заносяться в журнал операцій. При перегляді проводок у журналі операцій їх можна обмежити довільним тимчасовим інтервалом, групувати і шукати по різних параметрах проводок.

Крім журналу операцій програма підтримує кілька списків довідкової інформації (довідників):

1. план рахунків;
2. список видів об’єктів аналітичного обліку;
3. списки об’єктів аналітичного обліку (субконто);
4. констант і т.д.

На підставі введених проводок може бути виконаний розрахунок підсумків. Підсумки можуть виводитися за квартал, рік, місяць і за будь-який період, обмежений двома датами. Розрахунок підсумків може виконуватися по запиту й одночасно з уведенням проводок (в останньому випадку не потрібно перерахування).

Після розрахунку підсумків програма формує різні відомості:

1. зведені проводки;
2. оборотно-сальдову відомість;
3. оборотно-сальдову відомість по об’єктах аналітичного обліку;
4. картка рахунка;
5. картка рахунка по одному об’єкту аналітичного обліку;
6. аналіз рахунка (аналог головної книги);
7. аналіз рахунка по датах;
8. аналіз рахунка по об’єктах аналітичного обліку;
9. аналіз об’єкта аналітичного обліку по всіх рахунках;
10. картка об’єкта аналітичного обліку по всіх рахунках;
11. журнальний ордер.

У програмі існує режим формування довільних звітів, що дозволяє на деякій бухгалтерській мові описати форму і зміст звіту, включаючи в нього залишки й обороти по рахунках і по об’єктах аналітичного обліку. За допомогою даного режиму реалізовані звіти, надані в податкові органи, крім того, даний режим використовується для створення внутрішніх звітів для аналізу фінансової діяльності організації в довільній формі.

Крім того, програма має функції збереження резервної копії інформації і режим збереження в архіві текстових документів.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ

Кадацька А.М., к.е.н, доцент

Основним економічним чинником, який в значній мірі визначає прибутковість підприємства, є фінансовий результат підприємства. При цьому фінансовий результат виступає тим комплексним показником, який узагальнює усі результати виробничо-господарської діяльності підприємства та визначає її ефективність.

Провідна роль у вирішені питань визначення й оптимізації величини фінансових результатів належить бухгалтерському обліку, адже можливість отримання найбільшого економічного ефекту при найменших витратах, трудових, матеріальних і фінансових ресурсів значною мірою залежить від того, наскільки оперативно і точно підприємство здійснює облік та контроль власних витрат та доходів.

Грамотна організація бухгалтерського обліку на підприємстві дозволить не тільки об'єктивно і своєчасно відображати витрати та доходи, вести оперативний контроль за виконанням плану й дотриманням кошторисів витрат, але й виявляти резерви зниження собівартості продукції, визначати шляхи оптимізації доходів і витрат, що дасть можливість істотно поліпшити фінансові результати підприємства та підвищити його конкурентоспроможність.

П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» та П(С)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів» передбачають поділ діяльності підприємства на звичайну (операційну, фінансову та інвестиційну) і надзвичайну, пов'язану з ліквідацією наслідків стихійного лиха, техногенних катастроф і аварій, інших надзвичайних подій або запобіганням таких подій.

Визначення окремих видів діяльності наведено у відповідних стандартах бухгалтерського обліку, а саме:

Звичайна діяльність – будь-яка основна діяльність, а також операції, що її забезпечують або виникають внаслідок її проведення.

Операційна діяльність – основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною або фінансовою діяльністю.

Основна діяльність – операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є основною метою створення підприємства і забезпечує основну частку його доходу.

Фінансова діяльність – операції, пов'язані зі змінами власного капіталу (статутного, пайового, додатково вкладеного), погашенням неоплаченого капіталу, викупом і продажем власних акцій, продажем і викупом облігацій власної емісії, сплатою відсотків за такими облігаціями, одержанням і погашенням кредитів банків, сплатою відсотків за користування кредитами банків.

Інвестиційна діяльність – операції з витрачання коштів на придбання і отримання коштів від реалізації необоротних активів (основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів, цілісних майнових комплексів, а також тих фінансових інвестицій, які не є еквівалентами грошових коштів – акцій, облігацій, часток у статутному капіталі).

Планом рахунків передбачені окремі рахунки (субрахунки) для обліку витрат і доходів за видами діяльності, правильне використання яких значно полегшує складання фінансової звітності

В поточному бухгалтерському обліку та фінансовій звітності не виділено окремих рахунків для обліку витрат і доходів інвестиційної діяльності. Вона об'єднана з іншою звичайною діяльністю на одних рахунках, назви яких не конкретизують їх змісту і не асоціюються з певним видом діяльності: 74 «Інші доходи» та 97 «Інші витрати».

Більшість субрахунків, передбачених до цих рахунків, характеризують інвестиційну діяльність, але серед них є субрахунки 746 «Інші доходи від звичайної діяльності» та 977 «Інші витрати звичайної діяльності».

Зміст цих двох субрахунків не можна прямо пов'язати з інвестиційною діяльністю, але до певної міри він наближений до неї. Це підтверджує практика відображення таких витрат і доходів у звітності. Тому доцільним буде рахунок 74 назвати «Доходи інвестиційної та іншої звичайної діяльності», а рахунок 97 – «Витрати інвестиційної та іншої звичайної діяльності».

Поділяючи точку зору З. Задорожнього, О. Івашевської, Г. Нашкерської та інших авторів вважаємо за доцільне: субрахунок 733 «Інші доходи від фінансових операцій» назвати «Дохід від курсової різниці, пов'язаної з фінансовою діяльністю»; субрахунок 744 «Дохід від неопераційної курсової різниці» перейменувати на «Дохід від курсової різниці, пов'язаної з інвестиційною діяльністю»; назву субрахунку 792 «Результат фінансових операцій» змінити на «Фінансовий результат від фінансової діяльності»; субрахунок 793 «Результат іншої звичайної діяльності» перейменувати на «Фінансовий результат від інвестиційної діяльності»; субрахунок 974 «Втрати від неопераційних курсових різниць» назвати «Втрати від курсової різниці, пов'язаної з інвестиційною діяльністю»; у назві субрахунку 975 «Уцінка необоротних активів і фінансових інвестицій» залишити тільки слова «Уцінка необоротних активів».

ВИРОБНИЧІ ЗАПАСИ: ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Марчина Д.К., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Болмат Г.А.

Нові економічні відносини проникають у всі сфери господарської діяльності підприємств України. Відбувається інтенсивний перехід діяльності економічних суб'єктів на ринкові відносини, в цих умовах у підприємств виникає необхідність активніше використовувати бухгалтерський облік, контроль та аналіз, щоб контролювати та удосконалювати свою роботу. На сучасному етапі становлення і розвитку вітчизняній системі бухгалтерського обліку притаманні ряд організаційних та методичних питань, особливо галузевого спрямування, які потребують невідкладного вирішення. Не менш важливими є проблеми, пов'язані з організацією і методами проведення контролю матеріальних запасів на підприємствах. Економічні перетворення, що здійснюються в Україні, нерозривно пов'язані з пошуком принципово нових методів організації та управління виробництвом. Це вимагає адекватних змін у структурі господарського обліку, і, відповідно, зумовлює необхідність вдосконалення системи облікової інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень.

Питання вдосконалення обліку виробничих запасів завжди перебували в центрі уваги наукових і практичних працівників. Пояснюється це складністю й трудомісткістю даного розділу бухгалтерського обліку. Аналіз діючої практики показує, що на підприємствах як в організаційному так і в методологічному аспекті і цей розділ бухгалтерського обліку продовжує мати серйозні недоліки. Дефекти обліку виробничих запасів особливо рідко проявляються при інвентаризаціях, а також при звіреннях даних складського обліку, коли виявляються недостачі й значні розбіжності за рахунок пересортування окремих видів матеріалів. Має місце й велика кількість помилок у первинних документах й облікових регістрах, що характеризують надходження і рух матеріалів.

У наш час існує необхідність й одночасно можливість нових організаційних і методичних підходів у вирішенні проблем обліку запасів, пов'язаних, з однієї сторони з переходом на ринкові відносини й міжнародні стандарти, з іншої широким впровадженням комп'ютерних технологій. Поліпшенню ресурсопостачання сприяє впорядкування первинної документації, широке впровадження типових уніфікованих форм, підвищення рівня автоматизації обліково-обчислювальних робіт, забезпечення строгого порядку приймання, зберігання й витрати сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і т.п. Для забезпечення зберігання виробничих запасів, правильного приймання, зберігання й відпущення цінностей важливе значення має наявність на підприємстві в достатній кількості складських приміщень, оснащених ваговими і вимірювальними приладами, мірною тарою й іншими пристосуваннями. Необхідно також впроваджувати ефективні форми попереднього й поточного контролю за дотриманням норм запасів і витрати матеріальних ресурсів, приділяти більше уваги підвищенню вірогідності оперативного обліку руху напівфабрикатів, комплектуючих виробів, деталей і вузлів у виробництві. Дані бухгалтерського обліку повинні містити інформацію для знаходження резервів зниження собівартості продукції в частині раціонального використання матеріалів, зниження норм витрат, забезпечення належного зберігання.

Велика кількість форм облікових документів, у тому числі лімітно-забірних карток, істотно ускладнює роботу з обліку матеріальних ресурсів на заводських складах виробничих підрозділів, у групах відділів матеріально-технічного постачання.

Лімітно-забірні картки, як правило, оформляються на підприємствах нерегулярно і надходять у відділи матеріально-технічного постачання і у бухгалтерію у великій кількості й в основному під кінець місяця. Відповідно до правил систематичного споживання ресурсів відпущення матеріалів систематичного споживання у виробництві оформляється лімітно-забірними картками, а у всіх інших випадках матеріальними вимогами. Подібні надходження облікових документів на обробку й характерну тенденцію збільшення їхньої кількості до кінця місяця значно ускладнюють роботу складів і у групах матеріально-технічного постачання. Виходячи з даних аналізу, обсяг облікових робіт на кінець місяця зростає на 18-20%, що істотно впливає на якість роботи. Аналіз існуючого порядку ведення обліку матеріальних ресурсів на підприємствах показав, що необхідно вдосконалювати систему обліку, усувати дублювання інформації в різних документах, уніфікувати форми документів, регламентувати обсяг і строки їхньої передачі на обробку. Насамперед, повинні бути уніфіковані документи, на основі яких виробничі підрозділи одержують сировину, матеріали, покупні готові вироби (лімітно-забірні картки, забірні картки, вимоги і накладні т.д.). Представляється доцільною розробка єдиної форми документа (на відпущення матеріалу), призначеної для машинної обробки. У цей документ варто включити всі об'єкти основного і допоміжного виробництва під відповідними кодами, які б указували напрямок використання матеріальних ресурсів – основні вироби, запасні частини, товари народного споживання, разові замовлення, ремонтно-експлуатаційні потреби.

Тобто, вдосконалення обліку виробничих запасів має важливе значення для ефективної роботи будь-якого підприємства і значно скоротить витрати часу на облік даного виду ресурсів господарств.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ НАЯВНОСТІ І РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Максимович А.О., студ 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Школьна В.В.

Становлення ринкової економіки в Україні, поява нових господарських структур різних форм власності, розвиток міжнародних економічних зв'язків зумовили необхідність удосконалення обліку відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Значення основних засобів в суспільному виробництві визначається тим, яке саме місце займають знаряддя праці в розвитку виробничих сил і виробничих відносин. Основні засоби являються одним з найголовніших факторів любого виробництва. Їх стан та ефективність використання прямо впливає на кінцевий результат господарської діяльності підприємства.

У процесі експлуатації основні засоби переносять свою вартість на собівартість продукції частинами (нарахуванням амортизації). Основні засоби підприємств і організацій незалежно від форм власності відображаються у бухгалтерському обліку і звітності за фактичними витратами на їх придбання, перевезення, встановлення, державну реєстрацію, які становлять їх первісну вартість.

Для правильної організації обліку основних засобів важливе значення має єдиний порядок їх оцінки. В ринкових умовах господарських відносин великого значення набула оцінка основних засобів за справедливою вартістю. У переважній більшості справедлива вартість основних засобів – це їх ринкова вартість. Інформацію про ринкову вартість основних засобів на дату оцінки можна отримати з різних джерел: прайс-листів, періодичних видань, інформації підприємств-виробників тощо. Проте така інформація містить вартість нових об'єктів, а на підприємстві більшість основних засобів певний період часу перебували в експлуатації і частково зношені, у зв'язку з чим визначення справедливої вартості викликає проблеми. Однак національними Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку визначення справедливої (ринкової) вартості основних засобів не розглядається. Тому при вирішенні цього питання доцільно скористатися міжнародним досвідом. У міжнародній практиці поняття ринкової вартості, а також методи її оцінки містяться у МСО 1 "Ринкова вартість як база оцінки". Вивчення сутності цих методів дає змогу зробити висновок про те, що найбільш прийнятним є затратний метод, який має два варіанти застосування, що дають можливість визначити як власне ринкову, так і відновну вартість. Щодо оцінки ринкової вартості всі параметри беруться з даних відкритого ринку. Витрати на відтворення можуть бути визначені як вартість відтворення (тобто сукупність витрат, що потрібні для відтворення копії об'єкта, розрахована в поточних цінах) або як вартість заміщення (тобто поточна вартість нового об'єкта, що є за своїми характеристиками найбільш близьким аналогом об'єкта, який оцінюється).

Практика ведення обліку основних засобів на підприємствах, а саме машинобудівної галузі свідчить про проблеми з обліку операції по надходженню основних засобів на підприємство в результаті обміну на інші активи. Для правильного відображення в обліку операцій, пов'язаних з таким обміном, необхідно в першу чергу визначити – здійснюється обмін подібними чи неподібними об'єктами. Згідно з П(С)БО 7 подібними вважаються об'єкти, що мають однакове функціональне призначення і однакову справедливу вартість. Якщо об'єкт не відповідає вказаним критеріям, він вважається неподібним. Подібна справедлива вартість, як прийнято в міжнародній практиці, не повинна відрізнятися більше ніж на 10 % від справедливої вартості іншого активу, який приймає участь в обмінній операції.

У господарській діяльності підприємств більш поширеними є операції по обміну неподібними активами (тобто об'єктами основних засобів, які мають або різне функціональне призначення або неоднакову справедливу вартість). Відповідно до п. 26 П(С)БО 7 амортизація основних засобів нараховується із застосуванням таких методів: прямолінійного; зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивного; виробничого. Крім методів нарахування амортизації основних засобів, які вказані вище, підприємствам надано право нараховувати амортизацію за нормами і методами, що передбачені податковим законодавством. Практика свідчить, що сума амортизації, нарахована за податковим методом, значно менша, ніж при використанні прямолінійного та інших методів, передбачених П(С)БО 7. В результаті застосування в бухгалтерському обліку методів нарахування амортизації за податковим методом, перекручується реальна оцінка основних засобів, що не відповідає вимогам ні бухгалтерського, ні податкового обліку. Дослідження даної проблеми свідчить, що не повинно існувати різних методів нарахування амортизації в бухгалтерському і податковому обліку. Вказані недоречності теоретично і економічно необґрунтовані і пояснюються механічним запозиченням досвіду окремих зарубіжних країн, без належного узгодження з іншими сторонами діяльності підприємств.

Тому підвищенню ефективності використання основних засобів повинна приділятись головна увага, оскільки більш повне та раціональне використання основних засобів та виробничих потужностей підприємства сприяє покращенню усіх його техніко-економічних показників: випуску продукції та зниженню її собівартості, продуктивності праці, прибутку, рентабельності та взагалі фінансового стану підприємства.

ПІДХОДИ ЩОДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Близнюк Ю.В., студ. 4 курсу ФІЕП, спец. «ОіА»
Науковий керівник: Довжик О.О.

Витрати підприємства складають основу господарського процесу, і тому їх облік є важливою складовою здійснення діяльності підприємства. Складність структури та різноманітність процесів формування витрат виключають можливість створення єдиної класифікації, яка б задовольнила б потреби користувачів всіх рівнів управління.

Одним із визначальних моментів раціональної організації обліку витрат є їх економічно обґрунтована класифікація за ознаками. Існує безліч поглядів вчених, щодо можливих класифікацій. В цілому з урахуванням більшості класифікаційних ознак нараховується більше тридцяти групувань витрат, при цьому майже кожне наведене групування має від одного до декількох рівнів подальшої деталізації. При чому при розгляді питання класифікації витрат вчені-економісти більше вдаються до теоретичних аспектів, забуваючи про практичну сторону застосування класифікацій. Щоб подолати ці проблеми і дійти до вірного і раціонального використання ознак класифікації витрат, їх необхідно поділити залежно від сфери практичного застосування на дві групи:

- Ознаки, що використовуються при веденні бухгалтерського обліку;
- Ознаки, що використовуються при веденні управлінського обліку.

До першої групи слід віднести витрати за видами діяльності та економічними елементами. Це дозволить значно полегшити роботу фінансової бухгалтерії, так як відображаються у фінансовій звітності та у Плані рахунків.

Друга група, яка використовується при веденні обліку витрат управлінського персоналу, групують за такими напрямами:

- Для визначення собівартості виготовленої продукції та отриманого прибутку (за впливом на фінансові результати, за включенням до собівартості готової продукції, за відношенням до процесу виробництва, за єдністю складу, за способом групування, за об'єктами калькулювання, за календарним періодом, за місцем виникнення витрат, за факторами виробництва);
- Для прийняття управлінських рішень і планування (за відношенням до обсягу виробництва, з метою прогнозування управлінських рішень, з метою оцінки управлінських рішень);
- Для здійснення процесу контролю та регулювання (за доцільністю витрачання, за ступенем регулюваності, за ступенем контрольованості).

Окрім вище наведених класифікацій також існують і інші. Наприклад:

- за включенням до собівартості продукції (витрати на продукцію, витрати періоду)- для оцінки виробленої продукції, визначення собівартості реалізованої продукції, визначення фінансового результату;
- за складом витрат (одноелементні і комплексні) – для контролю кожного виду використовуваного ресурсу;
- за календарним періодом (минулого періоду, поточного періоду, витрати майбутніх періодів)- для більш детального та повного відображення витрат в собівартості;
- за видами діяльності (звичайні витрати, витрати майбутніх періодів) – для проведення аналізу обсягу та структури витрат конкретного виду діяльності, визначення доцільності витрат кожного з них;
- за факторами виробництва (засоби праці, предмет праці, жива праця) – для визначення продуктивності праці, ефективності використання засобів та предметів праці;
- за об'єктами калькулювання (витрати на продукцію, витрати на процес, витрати центру відповідальності)- для здійснення калькулювання окремих виробів (робіт, послуг), процесів і центрів відповідальності;
- за впливом на фінансові результати (вичерпані, невичерпані витрати) – призначена для розмежування витрат між запасами та витратами на виробництво реалізованої продукції звітного періоду, а також для визначення прибутку і оцінки прибутку підприємства;
- за місцем виникнення витрат та центрами відповідальності (витрати на виробничому місці, витрати бригади, структурного підрозділу)- для здійснення контролю за відповідальними особами та за місцями виникнення витрат.

Такий підхід допоможе управлінцям виділити саме ті групи витрат, які на їх погляд в найбільшій мірі будуть сприяти поставлених перед ними завдань, що допоможе покращити діяльність підприємства та здобути гідний результат.

Якщо ж зробити підсумок то, класифікація витрат підприємства, сформована на основі розроблених пропозицій, може бути ефективно використана на практиці. Вона сприяє удосконаленню обліку та контролю витрат, надає можливість не лише розподіляти їх за підрозділами, видами діяльності, видами продукції, періодами виникнення, та ін., а й вирішувати конкретні завдання, що виникають під час здійснення господарської діяльності та управління діяльністю підприємства, що є дуже важливим для забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства.

ОБЛІК ВИТРАТ ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ СОНЯШНИКА

Гримайло Н.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Сергеєв Ю.Г.

В наш час метою кожного підприємства є поліпшення свого матеріального становища. Всі підприємства шукають шляхи для задоволення цього завдання. Не винятком стали і сільськогосподарські виробники. Сільське господарство є провідною галуззю народного господарства України, і, зокрема, матеріального виробництва. Але в останній час сільське господарство перебуває в дуже тяжкому стані. Вийти із нього можливо лише при налагодженні процесу виробництва, відшуканні внутрішніх резервів по зменшенню витрат на виробництво, як матеріальних так і трудових, зменшенні витрат самої продукції, раціональному використанні наявних ресурсів.

Одними з найактуальніших проблем сьогодення являється те, що більшість підприємств, з метою спрощення обліку на підприємстві, не застосовують чітку класифікацію виробничих витрат та недотримуються основного принципу бухгалтерського обліку – документування господарських операцій. До розгляду даних проблем звертаються багато науковців, серед них М.Ю. Коденська, К.В. Колузанов, А.А. Побережна та інші.

Основною метою обліку виробництва є своєчасне, повне, вірогідне відображення фактичного розміру і складу витрат та контроль за використанням всіх видів виробничих ресурсів, а також обсягу виробленої продукції (наданих робіт чи послуг) в натуральних та грошових вимірниках.

Основою обліку витрат на виробництво продукції соняшнику є раціонально організований первинний та виробничий облік, на основі якого і ведеться бухгалтерський облік. Головне призначення обліку витрат на виробництво полягає у контролі за виробничою діяльністю та управління витратами на її здійснення.

Випуск готової продукції, яка призначена для реалізації, і одержання прибутку є головною метою виробничої діяльності підприємства. В процесі виробництва формуються витрати на виробництво продукції і її виробнича собівартість.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- загально виробничі витрати.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) установлюються підприємством.

Облік виробництва продукції соняшнику ведуть на рахунку 23 «Виробництво», субрахунок 231 «Рослинництво». По дебету даного рахунку відображаються витрати на виробництво, а по кредиту – вихід продукції. При здійсненні витрат дебетують рахунок 23, а кредитують різні рахунки.

Аналітичний облік виходу продукції здійснюють у сальдових відомостях на підставі перевірених і протаксованих Звітів про рух матеріальних цінностей, талонах, пупівках та Щоденнику надходження сільськогосподарської продукції. Дані первинних документів про кількість одержаного врожаю узагальнюють у зведених документах. Вони слугують підставою для складання Виробничого звіту з рослинництва.

Ще одним документом, який можно використовувати для ведення аналітичного обліку витрат і виходу продукції упродовж є Книга обліку витрат виробництва. У ній записують підсумкові дані про витрати місячних Виробничих звітів. Книгу можна не вести за умови, якщо у Виробничому звіті нагромаджуються дані щодо витрат і одержаної продукції від початку року.

Для обліку витрат виробництва використовують журнали-ордери. В деяких узагальнюють за місяць у розрізі синтетичних рахунків (субрахунків) дані про наявність і рух матеріальних цінностей у грошовому вираженні за місцями зберігання (матеріально відповідальними особами), інші використовують для обліку нарахованої оплати праці й пов'язаних із нею сум відрахувань на соціальні заходи, резервів наступних періодів, а також амортизаційних відрахувань, браку й втрат від псування цінностей.

Наприклад, на підприємстві СТОВ «Промінь» є недостатньо чітке визначення етапів документування господарських операцій в нормативних актах, а також не зовсім обґрунтований підхід (без обліку технології виробництва, значення затрат, відповідальності за витратами господарства і т.д.) при розробці загальних типових і галузевих форм первинних документів по обліку затрат на виробництво соняшника, а також незастосування розподілу загальновиробничих витрат на постійні і змінні. Внутрішньогосподарським положенням встановлено, що для планування й обліку всі загальновиробничі витрати вважаються постійними.

Таким чином, необхідно зазначити, що для чіткого виконання принципу загального документування операцій та принципу їх безперервності необхідне подальше вдосконалення первинних документів по обліку витрат і подальшого їх використання для оформлення операцій з метою одержання достовірної. повної і об'єктивної інформації про витрати по кожному технологічному процесу на окремому етапі виробництва і виявлення резервів їх зниження.

ДО ПИТАННЯ ПОРУШЕННЯ КАСОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ: САНКЦІЇ ТА ШТРАФИ

Бояринова І.О., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Баранік О.О.

Касова дисципліна - основа ефективної діяльності підприємства.

Актуальність поданої теми підтверджується тим, що ведення касової документації на вітчизняних підприємствах не безгрішне. Тому дуже часто виникають питання стосовно покарань за проступки в касовій дисципліні, а точніше які застосовуються санкції згідно з Указом Президента України та в якому розмірі, хто їх застосовує та в які строки.

Так ось, санкції за Указом Президента значущі Указ №436 від 12.06.95 р. свідчить про:

1. Перевищення встановленого ліміту залишку готівки в касі - штраф у двократному розмірі суми виявленої понадлімітної готівки за кожний день;
2. Неоприбуткування (неповне та/або несвоєчасне) оприбуткування в касах готівки - штраф у п'ятикратному розмірі не оприбуткованої суми;
3. Перевищення строків використання виданої підзвіт готівки, а також за видачу готівкових коштів підзвіт без повного звітування щодо раніше виданих коштів - 25% виданих під звіт сум;
4. Проведення готівкових розрахунків без подання одержувачем коштів платіжного документа (товарного або касового чека, квитанції до прибуткового ордера, іншого письмового документа), який би підтверджував сплату готівкових коштів - у розмірі сплачених коштів.

Необхідно звернути увагу на те, що зараз вже не діє санкція за нецільове витрачання коштів, одержаних з банку, адже вимоги цільового використання тепер немає в Положенні про касові операції

Штрафні санкції, передбачені Указом №436, застосовують ДПСУ, ДКРС та МВС України. Санкції в повному обсязі стягують до держбюджету. Щоправда, строків, коли ми саме маємо оплачувати санкції, законодавство не визначило.

Нагадаємо, що за порушення правил здійснення госпдіяльності до суб'єктів господарювання можуть застосовуватися уповноваженими органами державної влади або органами місцевого самоврядування адміністративно-господарські санкції, тобто заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення правопорушення суб'єкта господарювання та ліквідацію його наслідків. Саме до адміністративно-господарських належать санкції з Указу № 436. КпАП передбачено адмінпокарання за порушення правил ведення касових операцій. У ст. 164 КпАП, зокрема, зазначено, що «…несвоєчасне або неякісне проведення інвентаризації грошових коштів і матеріальних цінностей, порушення правил ведення касових операцій, перешкоджання працівникам державно-ревізійної служби у проведенні ревізій та перевірок, невжиття заходів щодо відшкодування з винних осіб збитків та нестач, розтрат, крадіжок і безгосподарності, тягнуть за собою адмінштраф у розмірі від 136 до 225 грн (8-15 НМДГ) за проступок, здійснений (виявлений) вперше за рік. А от всі наступні порушення ст..164 КпАП протягом року на підприємства можуть чекати адмінсанкції у розмірі від 170 до 340 грн (10-20 НМДГ).

Отже, визначили, що адмінсанкції за порушення касової дисципліни є, але от застосовувати їх мають право тільки працівники КРУ.

А тепер варто пригадати ст.. 250 ГКУ, за якою адміністративно-господарські санкції можуть реалізувати протягом шести місяців із дня виявлення порушення, але не пізніш як через один рік із дня порушення правил ведення госпдіяльності.

Як бачимо, строки штрафування за Указом №436 обмежено:

- шістьма місяцями від дати виявлення порушення;
- одним роком із дати скоєння правопорушень.
- інших обмежень ані Президентський Указ №436, ані Положення про касові операції, ані інші нормативні акти не містять.

Отже, ми розкрили дане питання, але наприкінці підкреслимо, що дані адмінсанкції застосовують до посадових осіб підприємства. виникає питання: «А кого ж вважати посадови особами?». На жаль, про це КпАП ані пари з вуст. У пошуках відповіді ми натрапили на лист Мін'юсту від 03.11.06 р. № 22-45-548, де йде роз'яснення про дане питання, на основі ч.2 ст.2 Закону України «про державну службу» від 16.12.93 р. № 3724-XII.

Так, посадовими особами вважають керівників та заступників керівників держорганів та їх апарату, інших держслужбовців, на яких законами або іншими нормативними актами покладено здійснення організаційно-розпорядчих та консультативно-дорадчих функцій. Отже, виходячи з норм, ми дійшли висновку, що посадовими особами, до яких можуть застосувати санкції по ст. 164 КпАП, вважають керівника, його заступників, бухгалтера і навіть касира, адже він керує ділянкою роботи - касою.

І на останок, будьте ощадливими до власних фінансів та не порушуйте касової дисципліни!

КЛАСИФІКАЦІЯ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

Болмат Г.А., асистент

Жодне підприємство – як у сфері матеріального виробництва, так і у виробничій сфері не може обійтися без оборотних засобів. Адже оборотні засоби – це матеріальні ресурси, необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування та задоволення потреб населення, які зберігаються на складах або в інших місцях з метою їх наступного використання.

За сучасних умов господарювання в економічній науці оборотні засоби розрізняють за багатьма класифікаційними ознаками, оскільки в економічній теорії та практиці господарської діяльності існує велика кількість трактувань пов'язаних з їх сутністю.

В даний час на всіх підприємствах АПК застосовується єдина класифікація елементів оборотних засобів за наступними ознаками: складом та розміщенням; функціональним призначенням; ступенем планування; джерелами формування.

За складом та розміщенням оборотні засоби поділяються на такі, що обслуговують сферу виробництва (матеріальні ресурси) і ті, що перебувають в сфері обігу (товари, грошові кошти, дебіторська заборгованість). В той же час, засоби сфери обігу забезпечують поряд з засобами сфери виробництва безперервність їх кругообігу.

Розподіл оборотних засобів за функціональною їх ознакою на оборотні засоби сфери виробництва та сфери обігу слугують передумовою для ведення роздільного обліку та аналізу при функціонуванні їх у виробничому процесі.

Залежно від ступенів планування оборотні засоби поділяються на нормовані (засоби сфери виробництва та частини засобів сфери обігу у вигляді залишків нереалізованої готової продукції на складах підприємства та грошових коштів в касі) і ненормовані (окремі елементи сфери обігу, зокрема кошти, що зберігаються на поточних рахунках в банку та кошти в розрахунках). Ненормовані оборотні засоби не є об'єктом планування та прогнозування в той час як розмір нормованих оборотних засобів знаходить відображення в планах та прогнозах підприємств. Процес нормування оборотних засобів - це встановлення нормативів їх запасів. Основним методом нормування оборотних засобів є метод прямого розрахунку, тобто розрахунок запасів по кожному елементу оборотних засобів в умовах досягнутого організаційно-технічного рівня виробництва. Необхідність такого розподілу оборотних засобів випливає з економічної доцільності досягнення безперебійної діяльності підприємств з підвищеними результатами та найменшими витратами.

За функціональним призначенням у процесі виробництва оборотні засоби поділяються на засоби сфери виробництва та сфери обігу. Така класифікація передбачає склад джерел формування оборотних засобів.

За джерелами формування оборотні засоби поділяються на власні, позикові та залучені.

Поділ оборотних засобів за такою класифікаційною ознакою вказує на джерела виникнення і форми надходження їх на підприємство в постійне чи тимчасове користування.

Основу оборотних засобів підприємств АПК, що функціонують в ринкових умовах складає та їх частина, що сформована за рахунок власного оборотного капіталу. В подальшому вони характеризуються як власні оборотні засоби.

Оборотні засоби, що сформовані за рахунок залученого підприємством довгострокового чи короткострокового кредиту, характеризуються як позикові.

До запровадження міжнародних стандартів ведення обліку в бухгалтерському балансі підприємства оборотні засоби були розділені на дві групи:

- запаси (виробничі запаси, векселі одержані, поточні біологічні активи, малоцінні та швидкозношувані предмети, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, готова продукція, товари);
- грошові кошти, розрахунки та інші активи (грошові кошти та їх еквіваленти, дебіторська заборгованість за розрахунками, поточні фінансові інвестиції, інші оборотні засоби).

Досить актуальним за сучасних умов господарювання є групування оборотних засобів в залежності від стандартів бухгалтерського обліку та їх відображення в балансі підприємства, оскільки таке групування сприяє, на наш погляд, оптимальному отриманню інформації для управління виробництвом.

Широкого застосування як у вітчизняній, так і зарубіжній практиці управління оборотними засобами набуло їх групування за рівнем варіювання розміру на постійні та змінні

До постійних відносять оборотні засоби, які протягом певного періоду часу не змінюються за обсягом їх використання.

Та частина оборотних засобів обсяг яких піддається коливанню в залежності від сезонних потреб виробництва, реалізації продукції, характеризуються як змінні оборотні засоби.

Застосування такої класифікації оборотних засобів підприємствами АПК дає змогу здійснювати їх систематизацію, що в певній мірі сприяє ефективному та цілеспрямованому їх управлінню та ефективному використанню, особливо в ринкових умовах господарювання підприємств аграрного сектору економіки.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПЕРСОНАЛОМ

Муквич О.Ю., студ. 5 курсу, спец. "Облік і аудит"
Науковий керівник: ст.викладач Глушаченко А.І.

Здійснення економічної реформи за умов переходу до ринкової економіки, реформування бухгалтерського обліку в Україні вимагають удосконалення організації обліку оплати праці на підприємствах. Актуальність розгляду цього питання зумовлена певною зміною нормативної й документальної бази оплати праці на підприємствах і підприємницьких структурах. На сьогодні спостерігається велика диференціація заробітної плати між окремими соціальними групами. Питання реформування оплати праці в Україні висвітлювали А. Калина, А. Колот, К. Крищенко, С. Соломонов, Н. Ткаченко та інші. Але зміна господарських умов і законодавства потребують подальшого вирішення цього питання.

Вимогами до формування обліку заробітної плати є визначення завдань, системи показників, документації й системи рахунків. Отже, головні завдання обліку праці й заробітної плати - забезпечення контролю (самоконтролю) за дотриманням кількісного складу працівників, використанням робочого часу й додержанням трудової дисципліни; визначення відпрацьованого часу та виробленої продукції, контроль за виконанням норм виробітку, обчислення заробітної плати кожному працівникові, розподіл нарахованої заробітної плати за напрямами витрат; ведення розрахунків з працівниками підприємства стосовно заробітної плати, з бюджетом щодо утриманих податків і органами соціального страхування стосовно відрахувань на соціальне страхування тощо, забезпечення контролю (самоконтролю) за витратами фонду оплати праці, складання звітності тощо .

Облік праці та заробітної плати має бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці, повному використанню робочого часу, а також правильному обчисленню чисельності працівників для обліку заробітної плати з метою оподаткуваня. Для цього на підприємстві мають бути чітко розподілені функції обліку між відділами.

В Україні договірне регулювання оплати праці включає в себе колективно-договірне регулювання оплати праці (генеральна, галузева, регіональна угоди і колективний договір) та індивідуально-договірне (трудова угода, контракт). Перераховані види угод і договорів є елементами однієї ієрархічної системи, в якій положення угод більш високого рівня повинні мати пріоритет при укладанні угод і договорів на нижчих ступенях, тому вони передбачають різну ступінь конкретизації вирішення соціально-економічних проблем. Цінність договірного регулювання питань оплати праці в порівнянні з нормативно-правовим регулюванням виявляється у тому, що угоди різних рівнів і колективні договори на відміну від законів є більш гнучкими і можуть конкретизуватись за згодою сторін і з врахуванням ситуації, що змінюється. Завдяки цьому при їх укладенні відбувається взаємне врахування інтересів працівника і працедавця. Тому вважаємо за справедливе стверджувати, що нормативно-правове регулювання створює політику оплати праці, а договірне – реалізує її.

На формування облікової політики здійснюють свій вплив ряд факторів, які за сферою охоплення системи обліку необхідно виокремити у дві групи: загальні і спеціальні. До групи загальних факторів відносяться фактори, які здійснюють свій вплив на усю систему обліку, а до спеціальних – ті, які впливають на окремий об’єкт обліку (наприклад, оплата праці, запаси, основні засоби тощо). У свою чергу, загальні фактори по відношенню до суб’єкта господарювання необхідно класифікувати на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори – це фактори, які не залежать від діяльності суб’єкта господарювання, а внутрішні – ті, які зумовлені особливостями його діяльності.

Удосконалення організації заробітної плати на підприємствах має будуватися на оптимізації тарифного регулювання заробітної плати, до неї належать:

- удосконалення тарифної системи шляхом встановлення співвідношень тарифних ставок залежно від рівня кваліфікації робітників;
- запровадження гнучких форм і систем оплати праці, включаючи контрактну й безтарифну;
- розроблення внутрішньовиробничих тарифних умов оплати праці як чинників підвищення мотивувальної та стимулювальної ролі тарифних систем на підприємствах;
- удосконалення мотиваційного механізму регулювання міжпосадових окладів, міжкваліфікаційних рівнів оплати праці;
- удосконалення нормування як засобу регулювання міри праці та її оплати;
- обґрунтування вибору найефективніших форм і систем заробітної плати; колективне регулювання заробітної плати.

Здійснюючи побудову або удосконалення організації обліку оплати праці, підприємства мають підходити до цього питання обґрунтовано, враховуючи доцільність, використовуючи результати наукових досліджень, передового досвіду.

Від організації обліку оплати праці залежить якість, правдивість, справедливість, повнота і своєчасність розрахунків з персоналом з оплати праці.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИБУТТЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Харченко М.В., студ. 5 курсу, спец. "Облік і аудит"
Науковий керівник: ст.викладач Сергеєв Ю.Г.

Будь-який виробничий процес підприємства передбачає використання певної кількості виробничих запасів. Вартість використаних запасів відноситься до складу собівартості виготовленої продукції, значно впливаючи на її величину і, як результат, на розмір одержаного прибутку. До проблемних питань сьогодення цілком виправдано належить вибір методу оцінки списання запасів. При цьому важливим є правильне визначення складових первинної вартості, в тому числі транспортно-заготівельних витрат та їх розподіл.

Важливість вибору найбільш раціонального методу оцінки списання запасів полягає в складності його зміни в подальшому. Серед основних методів оцінки виробничих запасів при списанні їх на витрати виробництва, які визначені П(с)БО 9 “Запаси”, є наступні методи : ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО).

На сучасному етапі становлення і розвитку вітчизняній системі бухгалтерського обліку притаманні ряд організаційних та методичних питань, особливо галузевого спрямування, які потребують невідкладного вирішення. Не менш важливими є проблеми, пов’язані з організацією і методами проведення контролю матеріальних запасів на сільськогосподарських підприємствах.

Вагомий внесок в теоретичну розробку проблем організації і ведення бухгалтерського обліку і контролю матеріальних запасів внесли М.Ф.Огійчук, Ф.Ф. Бутинець, Н.Н. Грабова, В.М. Жук, О.В. Лишиленко, Л.К. Сук. та інші.

У відповідності до нормативних документів придбані виробничі запаси необхідно оприбутковувати за первісною вартістю, що дорівнює собівартості їх придбання. Транспортно-заготівельні витрати, в свою чергу, пропонується включати або до собівартості придбаних запасів або загальною сумою відображати на окремому субрахунку. Вибір методу обліку та розподілу транспортно-заготівельних витрат залишається за підприємством.

Всі витрати, понесені при придбанні виробничих запасів, ми асоціюємо з транспортно-заготівельними витратами. При цьому, до них відносимо не лише витрати, пов’язані з заготівлею та перевезенням запасів, а й витрати, по навантаженню та розвантаженню запасів, витрати на відрядження, митні витрати, вартість юридичних послуг тощо, які доцільно вважати не транспортно-заготівельними, а витратами, пов’язаними з придбанням виробничих запасів і які слід розмежувати на дві складові: транспортно-заготівельні та інші витрати.

До складу транспортно-заготівельних витрат пропонуємо включати: витрати на заготівлю запасів; витрати зі страхування ризиків запасів; витрати на перевезення; суму нарахованої заробітної плати працівників, задіяних при придбанні виробничих запасів; суму нарахувань до фондів на дану заробітну плату; вартість паливно-мастильних матеріалів; суму нарахованої амортизації.

У складі інших витрат, автоматично, будуть відображатись всі інші витрати, які були понесені при придбанні виробничих запасів і які не мають безпосереднього відношення до їх заготівлі або перевезення. Звичайно, облік вищеназваних витрат необхідно вести не тільки на окремому рахунку, а й у розрізі відкритих субрахунків. А тому, облік витрат з придбання виробничих запасів ми пропонуємо здійснювати на відкритому рахунку 29 "Витрати з придбання виробничих запасів" у розрізі субрахунків: 291 "Транспортно-заготівельні витрати"; 292 "Інші витрати".

Слід зазначити, що у момент придбання запасів вони обліковуються і відображаються у балансі за початковою вартістю. Але підприємство зустрічається з певними труднощами при вирішенні питання, за якою вартістю списати запаси і віднести їх на собівартість реалізованих товарів, якщо однакові запаси обліковуються за різною початковою вартістю. Для запасів, які мають однакове призначення та однакові умови використання, підприємству необхідно застосовувати тільки один з передбачених П(С)БО 9 методів оцінки.

Положення про облікову політику, затверджене наказом керівника підприємства, має містити вищезазначені дані. Як один з елементів облікової політики, метод оцінки вибуття запасів не підлягає зміні без серйозних на те підстав. На нашу думку, найбільш доцільним методом оцінки для сільськогосподарських підприємств є метод ФІФО, тобто списання запасів у тій послідовності, в якій вони надходили на підприємство. Недоліком - є відображення нереальних ("паперових") доходів, що призводить до невиправданого завищення прибутку.

На наш погляд, застосування вищезазначених пропозицій сприятиме підвищенню ефективності використання у виробничому процесі запасів, а отже і покращенню фінансового результату по підприємству в цілому.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АУДИТУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Калачнікова А.В., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., проф. Михайлов М.Г.

Обліково-аналітична категорія «розрахунки з оплати праці» відображає зобов'язання роботодавця здійснити оплату, надати винагороду за найману працю згідно з відповідними правовідносинами та з урахуванням норм чинного податкового, соціального й пенсійного законодавства і включає розрахунки із заробітної плати за трудовим договором, розрахунки подо винагороди за цивільно-правовими договорами та авторських гонорарів.

Аудит питань праці та її оплати як елемент виявлення резервів підвищення ефективності і прибутковості підприємства є одним із найбільш діючих факторів економічної політики підприємства, що особливо наочно проглядається в умовах трансформації економіки. Чисто методично аудит містить у собі як мікроекономічні, так і макроекономічні питання організації праці і її оплати, охоплює практично всі елементи трудових відносин. Зважаючи на сучасний стан розвитку соціально-економічних відносин з оплати праці в Україні, доцільно запровадити обов'язкове виділення таких перевірок окремим завданням з аудиту спеціального призначення у рамках загального аудиту фінансової звітності. Мета аудиту виплат працівникам полягає у висловленні аудитором думки про те, чи дійсно інформація про розрахунки з оплати праці та інших виплат працівникам, що відображена у фінансовій звітності, обліку та первинних документах в усіх суттєвих аспектах підготовлена відповідно до норм чинного законодавства й визначеної концептуальної основи бухгалтерського обліку. Завдання аудиту виплат працівникам мають бути доповнені оцінкою та інтерпретацією положень внутрішніх регламентів щодо організації системи оплати і стимулювання праці, перевіркою й оцінкою системи внутрішнього контролю за дотриманням норм законодавства та внутрішніх регламентів щодо порядку й обліку розрахунків з виплат працівникам, оцінкою ефективності і соціальної направленості напрямів політики управління витратами на виплати працівникам.

Вирішення проблеми якісного виконання аудиту розрахунків з оплати праці на підприємствах пов'язано з удосконаленням організаційно-методичних аспектів перевірки, таких як відбір прийнятних контрольних, оціночних та аналітичних процедур, детальне описання порядку їх проведення, стандартизація робочих документів аудитора. З цією метою розроблено план і програму аудиторської перевірки розрахунків з оплати праці, поновлено структуру та запропоновано ряд робочих документів постійного і поточного файлу аудитора, низку яких було вдосконалено в процесі роботи над магістерською роботою, а також розроблено нові, такі як «Об'єкти та джерела аудиту розрахунків з оплати праці та інших виплат працівникам», «Результати вибіркової перевірки правильності нарахування оплати за відпустку (компенсації за невикористану відпустку)», «Узагальнення й оцінка виявлених порушень у процесі аудиту розрахунків з оплати праці та інших виплат працівникам» тощо. Внутрішній аудит виплат працівникам доповнюється аудитом ефективності та іншими завданнями згідно з потребами керівництва, що покладено в основу формування його методичних аспектів. Його метою є виконання контрольних, оціночних та аналітичних заходів для використання їх результатів у процесі управління витратами на оплату праці й запобігання виникненню помилок і порушень законодавства та внутрішніх регламентів щодо розрахунків з оплати праці та інших виплат працівникам.З метою вдосконалення методики аудиту розрахунків з оплати праці розроблено ефективний підхід до його виконання в умовах КІС.

Проведення аудиту в умовах автоматизованих систем обліку залежить від таких факторів: рівень автоматизації бухгалтерського обліку, контролю й аудиту; ступінь доступності облікових даних, складність обробки інформації.Комп'ютер стає інструментом аудитора, який дозволяє йому не лише скоротити час на проведення аудиту розрахунків з оплати праці, але й провести більш детальну перевірку, скласти повний та обґрунтований висновок з рекомендаціями щодо стратегії, напрямків і засобів покращення фінансово-господарського стану підприємств. На відміну від ручних облікових систем, у яких записи роблять на папері, аудитор розглядає можливість знищення, підробки, заміни паперових документів, в умовах використання КІС аудитору доводиться мати справу з питаннями безпеки та надійності комп'ютерних облікових систем. Не менш важливим при проведенні аудиту розрахунків з оплати праці є вивчення і використання світового досвіду проведення аудиту.

В першу чергу потрібно звернути увагу на міжнародні організації аудиту. Серед світових організацій потрібно виділити Міжнародний комітет аудиторської практики, який діє в рамках Міжнародної федерації бухгалтерів і займається розробкою та впровадженням аудиторських стандартів на міжнародному рівні.Узагальнюючи дані дослідження можна зробити висновок, що аудит розрахунків з оплати праці можна: покращити, розробивши внутрішні стандарти аудиторської фірми з метою пониження ризику та підвищення якості аудиторської перевірки, удосконалити методику документального оформлення перевірок, здійснювати контроль над роботою аудиторів з боку керівників аудиторських фірм, запровадити страхування відповідальності аудитора, забезпечення реальної професійної незалежності аудитора.

ФОРМУВАННЯ КОШТІВ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ ТА ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ В НОВИХ УМОВАХ

Мішньова Н.А., к.е.н, доцент

В 2010 році було прийнято Закон України Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування №2755-17 від 02.12.2010 року.

У зв'язку з цим в 2011 році значно спрощена система адміністрування внесків до Пенсійного та фондів соціального страхування.

Відтепер замість чотирьох платежів, які робилися пізніше - до Пенсійного фонду, Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, Фонду соціального страхування на випадок безробіття та Фонду соціального страхування від нещасного випадку буде робитися Єдиний соціальний внесок.

Цей єдиний внесок в сумі платежів буде об'єднувати в собі чотири раніше сплачувані внески.

Утримання із заробітної плати громадян Єдиного соціального внеску однією сумою також передбачає об'єданий відсоток учих раніше роблених 3-х видів утримань на соціальне страхування, тобто утримання в Пенсійний фонд, Фондсоціального страхування з тимчасової втрати працездатності та Фонду соціального страхування на випадок безробіття.

Таке нововведення дещо спростить процедуру розрахунків та реєстрації. Адже тепер не треба реєструватися у чотирьох державних установах та робити платежі в кожну з них, складати та подавати чотири окремі звіти, а робити все це лише один раз до Пенсійного фонду України. А вже потім ці сумибудуть розподілятися серед фондів соціального страхування.

Базою для розрахунку суми платежу є сума нарахованої заробітної плати. Ставка платежів Єдиного внеску сплачуваного підприємствами становить 36,76 % для підприємств від першого до 66 класу ризику професійного виробництва і до 49,7 % для 67 класу ризику.

Для цивільно-правових договорів предбачена єдина ставка соціального внеску 34,7 %.

Крім цього для поповнення фондів робляться утримання із заробітної плати фізичних осіб, які працюють на підприємствах Єдиного соціального внеску, що становить 3,6%, для державних службовців - 6,1%, для фізичних осіб, що виконують роботи за цивільно правовими договорами сплачуватимуть внесок за ставкою 2,6 % пропорційно до суми нарахованої оплати праці.

Максимальна величина бази нарахування Єдиного соціального внеску дорівнює п'ятнадцять розмірам прожиткового мінімуму працездатних громадян.

Але проблема поповнення Пенсійного Фонду України залишається невирішеною. Дефіцит коштів Пенсійного Фонду в 2010 році становив 44% або 26,6 млрд. грн.. У зв'язку з цим розробляється Пенсійна реформа якою передбачається збільшити вік виходу на пенсію переважної більшості працюючих, що дозволить зменшити тривалість періоду виплати пенсій пенсіонерам.

На жаль в теперішніх умовах на 10 працюючих припадає 9 пенсіонерів. В той же час офіційно зареєстровано в 2010 році 544,9 тис. осіб безробітних (в т.ч. в Сумській області 3300 осіб).

Безробітні це особи у віці 15-75 років (зареєстровані та не зареєстровані в державній службі занятості), які одночасно задовольняють трьом умовам: не мали роботи (прибуткового заняття), активно шукали роботу або намагалися організувати власну справу; впродовж найближчих двох тижнів були готові приступити до роботи, тобто почати працювати за наймом, або на власному підприємстві з метою отримання оплати або доходу.

До категорії безробітних також відносяться особи, які приступають до роботи протягом найближчих двох тижнів, знайшли роботу та чекають відповіді; зареєстровані у державній службі зайнятості, як такі, що шукають роботу; навчаються за направленням служби зайнятості.

Станом на 1 січня 2011 року працездатних нараховувалось 20675 млн. осіб, в той час як працюючих лише 7012 млн. осіб.

Створення нових робочих місць, починаючи з 2011 року, може дозволити значно збільшити надходження платежів до Пенсійного фонду та уникнути його дефіциту.

Вирішення ще однієї проблеми дозволить покращити наповнення коштами Пенсійного та інших соціальних фондів. Це збільшення частки витрат на оплату праці у витратах виробництва, тоді як тепер у витратах переважає частка матеріальних витрат.

Адже в 2010 році в Україні в умовах виробництва ця частка становила від 6 до 8%, тоді як Європи ця частка досягає 60%. Результатом цього, крім іншого, є не тільки недооцінена в десять разів вартість праці, а й в десять разів менші надходження коштів до Пенсійного та інших фондів.

Отже, збільшення частки оплати праці у витратах виробництва, збільшення робочих місць дозволить позитивно вирішити наповнення Пенсійного фондуУкраїни.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Дяченко Т.В., студ. 5 курсу, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Глушаченко А.І.

Виробництво готової продукції, та отримання доходів від її реалізація в умовах конкуренції є центральними проблемами функціонування підприємств.

Бухгалтерський облік процесу виробництва залежить від конкретних умов, властивостей і характеру технології та організації виробництва, що визначаються індивідуальними особливостями. Інколи виникають ситуації, коли виготовлення одного продукту різними технологічними прийомами вимагає різної системи групування статей витрат та обрахування собівартості. Такі процеси призводять до ускладнення документування, обліку випуску готової продукції та подальшої її реалізації.

Водночас у процесі здійснення виробничої діяльності підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм господарювання вступають у певні економічні відносини, результатом яких є цикл операцій, пов'язаних із реалізацією готової продукції.

Для вдосконалення обліку готової продукції та її реалізації вважаю за необхідне розмежувати витрати на збут, які пов'язані з доведенням існуючої продукції до споживача (тара, упаковка, вантажні роботи, транспортування, складування, витрати на утримання складів, магазинів, торгового персоналу тощо) та маркетингові витрати, що виникають у зв'язку з вивченням і стимулюванням попиту, пошуком інформації про ринки збуту і розширенням частки ринку виробника.

Економічно обґрунтований облік витрат продукції рослинництва дає можливість мати об'єктивну інформацію про ціну реалізації, визначення рентабельної продукції та загалом здійснення прогнозованих розрахунків щодо перспектив розвитку підприємств.

Звідси постає питання необхідності ефективного і раціонального управління у сфері обліку витрат та обчислення собівартості продукції. Рослинництво - важливий сектор економіки держави.

Збільшення обсягів виробництва продукції рослинництва та покращення її якості є актуальним питанням, особливо, коли світовою тенденцією є зростання вартості продукції сільського господарства та її нестача.

Найбільш трудомістким процесом в організації обліку витрат і виходу продукції сільськогосподарського виробництва є ведення та обробка первинних і зведених документів. Одним із основних напрямків покращення облікового процесу виробництва сільськогосподарської продукції є пропозиції щодо удосконалення типових форм документів з обліку витрат і виходу продукції.

Випуск готової продукції, яка призначена для реалізації, і одержання прибутку є головною метою виробничої діяльності підприємства. В процесі виробництва формуються витрати на виробництво продукції і її виробнича собівартість.

Стан виробництва характеризується ефективністю, ступенем використання досягнень науково-технічного прогресу, місцем і роллю робітника у виробничому процесі. В умовах обмеженості ресурсів і досягнення планової ефективності виникає потреба постійного порівняння понесених витрат і отриманих результатів.

Ця проблема посилюється під впливом інфляції, коли дані про виробничі витрати необхідно повсякденно порівнювати з майбутніми витратами, що значною мірою залежить від впливу зовнішнього середовища.

Можливість усунення або передбачення впливу багатьох негативних внутрішніх і зовнішніх факторів з'являється завдяки раціонально організованому обліку витрат на виробництво.

На рахунок управлінського обліку повинна своєчасно, повно і правдиво відображатися інформація про фактичні витрати на виробництво продукції, яка використовується для обчислення фактичної собівартості окремих її видів, а також для контролю за раціональним використанням трудових, матеріальних і фінансових ресурсів скорочення витрат і зниження собівартості продукції позитивно впливає на кінцеві результати діяльності підприємства. Досягнення запланованої ефективності виробництва вимагає постійного зіставлення витрат і одержаних результатів.

Агропромисловий комплекс потребує включення до системи контролю витрат, яких немає в деяких галузях економіки, а саме витрат, які пов'язані із збереженням ґрунтів, відновлення вмісту гумусу при вирощуванні культур з інтенсивною технологією) тощо.

Що стосується досліджуваного мною підприємства, то розглянувши облік витрат і виходу продукції рослинництва, я б порекомендувала внести деякі зміни в облік витрат, пов'язаних з збереження саме грунтів і відновлення вмісту гумусу.

Витрати на виконання робіт з поліпшення стану земельних ресурсів мають обов'язково входити до складу витрат, і повинні розподілятися на витрати у вигляді амортизаційних відрахувань.

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ФОРМУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Школьна В.В., асистент

Сьогодні очевидно, що економіка незалежної України вже пройшла певний шлях розвитку. Визнання України країною з ринковою економікою та вступ до Світової Організації Торгівлі вимагає пристосування українського законодавства до європейського. Реформування бухгалтерського обліку в Україні є складовою частиною заходів, орієнтованих на впровадження економічних відносин ринкового спрямування. Трансформація обліку здійснюється в рамках реалізації стратегічного курсу нашої держави на інтеграцію до світового економічного простору.

Ефективність діяльності суб'єктів господарювання багато в чому залежить від забезпеченості основними засобами та їх використання.

Кількісне зростання та якісне вдосконалення основних виробничих засобів, їх концентрації в провідних галузях сільськогосподарського виробництва сприяють поглибленню технологічного поділу праці, розвитку міжгалузевих та міжгосподарських зв'язків. Крім того, вони виступають матеріально-речовим чинником сільськогосподарського виробництва та вдосконалення виробничих відносин.

Виходячи з цього, для забезпечення відтворювальних процесів у виробництві необхідне постійне оновлення спожитих у ньому матеріально-речових засобів на якісно новій основі, про що на даному етапі функціонування підприємств агропромислового виробництва говорити не доводиться: більшість підприємств використовують техніку ще радянських часів, ступінь зношеності якої досягає часом 90 відсотків. Закономірно, що це призводить до значних втрат виробництва, що потім негативно відбивається на кінцевих результатах діяльності, а на макроекономічному рівні є однією з причин розвитку кризових явищ в економіці України.

Дана ситуація вимагає перегляду способів і підходів до управління економічними процесами, зокрема процесами формування та використання матеріально-ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. При цьому однією з найважливіших і найскладніших проблем для суб'єктів господарювання в процесі управління основними засобами є проблема організації їх бухгалтерського обліку.

На сучасному етапі розвитку сільського господарства важливого значення набуває ефективність використання наявних основних засобів. Матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств перебуває у критичному стані щодо рівня забезпечення потреби у сільськогосподарських машинах, знаряддях та ступеня їх фізичного зношення. Проведений аналіз свідчить про зниження рівня економічної ефективності використання основних засобів у сільськогосподарських підприємствах та недостатній рівень механізації сільськогосподарського виробництва. Тому нарощування втрачених можливостей технічних потужностей в аграрному секторі має відбуватись шляхом створення спеціалізованих машинно-технологічних станцій у вигляді обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів, формування яких значною мірою залежить від вирішення проблем інвестування.

Розглядаючи питання стосовно особливостей формування джерел відтворення основних засобів у сільськогосподарських підприємствах, можливо виділити два види фінансових ресурсів відтворення основних засобів, а саме: зовнішні ресурси (банківські кредити, кредитне фінансування, кошти інвесторів під державні гарантії, лізинг та випуск акцій) та внутрішні ресурси (нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування, сумі страхових відшкодувань збитків, пов'язаних із втратою майна та суми, одержані від ліквідації, вибуття основних засобів). В ринкових умовах головна роль у відтворенні основних засобів належить власним джерелам фінансування, зокрема амортизаційним відрахуванням. Тому велике значення повинно приділятися амортизаційній політиці сільськогосподарських підприємств у частині їхньої облікової політики, де обов'язково потрібно фіксувати положення про те, яке джерело фінансування для забезпечення відтворення основних засобів для підприємства є пріоритетним.

Слід більше приділяти уваги такому зовнішньому ресурсу відтворення основних засобів, як кредити. Відтворення основних засобів – це процес, що забезпечує безперебійність виробництва. Це витрати на створення нових, розширення, реконструкцію і модернізацію діючих основних засобів. Сучасний аналіз забезпеченості підприємств галузі сільськогосподарського виробництва ресурсами основних засобів свідчить, що динаміка наявності та структури формування основних засобів сільськогосподарських підприємств скорочується. Такий результат є наслідком специфіки формування активів сільськогосподарських підприємств, а саме у значній мірі сезонності використання переважної частини рухомого складу основних засобів. Значною причиною є також відсутність у підприємствах належних власних фінансових ресурсів для здійснення процесу відтворення. Зростання ролі кредитного забезпечення відтворення основних засобів сільськогосподарських підприємств зумовлене станом їх економіки і передбачає значно ширшого залучення кредитних ресурсів, ніж це має місце на практиці.

ДО ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ У ПОДАТКОВОМУ КОДЕКСІ УКРАЇНИ

Баранік О.О., ст. викладач

В умовах міжнародного поділу праці, регіоналізації та інтеграції національних економік, перед Україною особливо гостро постає проблема удосконалення податкової системи, її узгодження з існуючими податковими системами інших країн. Адже ставки податків на прибуток та податків на доходи фізичних осіб мають стимулююче значення для виробництва і впливають на транскордонний рух капіталу, інвестицій і робочої сили, зокрема, на розміщення виробництва за кордоном, виходячи з міркувань більш сприятливого податкового режиму. Керуючись цією логікою, треба концептуально виходити із запровадження порівняно менших ставок оподаткування в Україні, щоб утримувати капітал в національних територіальних кордонах і одночасно сприяти перетоку в Україну капіталу з інших країн, тим самим підтримуючи сприятливий внутрішній інвестиційний клімат.

Тому, провідна роль у забезпеченні виконання державою функцій щодо регулювання економічних процесів належить податкам. Податково-бюджетна і кредитно-грошова політика є ефективними методами державного регулювання ринкової економіки, що застосовуються в більшості західних країн протягом багатьох десятиріч.

В ринкових умовах функціонування економіки бюджетні надходження залежать від двох складових - результатів господарювання бізнесу і системи оподаткування.

Починаючи 1 січня 2011 року всі відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, регулюються Податковим кодексом України від 02.12.2010 р. за N 2755-VI, який складається із 20 розділів, включаючи прикінцеві та перехідні положення (розділи 19 і 20) та налічує 340 статей, що мають наскрізну нумерацію.

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Правила оподаткування товарів або послуг, що переміщуються через митний кордон України, визначаються Податковим Кодексом, крім оподаткування ввізним (імпортним) митом або вивізним (експортним) митом, які встановлюються Митним кодексом України та законами з митної справи.

У зв'язку з прийняттям Податкового кодексу змінилася система оподаткування. Майже удвічі зменшилася кількість податків.

Так, статтею 9 розділу 1 Податкового кодексу передбачено 18 загальнодержавних податків і зборів (замість раніше існуючих 29). Що стосується місцевих податків та зборів, то з 1 січня 2011 року їх залишилося тільки 5 замість існуючих раніше 16. Податковий кодекс України є, перш за все, кодифікованим законом, що регулює відносини в сфері оподаткування, термін його дії є необмежений.

В той же час, досить важко погодитись з тим, що прийняття зазначеного регуляторного акта дозволить забезпечити сталість та незмінність податкової системи держави, оскільки основним принципом побудови оптимальної податкової системи є її гнучкість (здатність швидко, а в деяких випадках – автоматично, відповідати на зміни економічної ситуації). Запропонований документ не містить системи вбудованих (автоматичних) стабілізаторів, які забезпечують природне пристосування економіки до фаз ділової кон'юнктури. Крім того, доцільно було б окремий розділ проекту присвятити питанням діапазонів коригування інструментів дискреційної фіскальної політики.

Також, на нашу думку, зважаючи на нестабільність національної економіки (зокрема, відчутні темпи інфляції) і необмежений термін дії Податкового кодексу, не достатньо обґрунтованим в ньому є коригування ставок податків на індекс інфляції (коефіцієнт індексу цін виробників промислової продукції).

Фіскальна політика є складовою економічної політики держави. Її ефективність і вплив на національну економіку залежать не лише від характеру й методів її здійснення, а й від узгодженості з іншими видами макроекономічної політики, передусім із грошово-кредитною політикою, виходячи з прийнятих режимів валютного регулювання: чи то фіксований курс валют, чи плаваючий, чи прив'язаний до флуктуації певної валюти (наприклад, долара США). До речі, останні також можуть змінюватись, особливо виходячи із стратегічного напряму входження до ЄС. Нажаль, у тексті документу не відображено узгодженість фіскальної політики з монетарною. Не зрозуміло також, яким саме інструментам (фіскальним чи нефіскальним) надаватиметься перевага. Нема чіткого акцентування на чільності тих чи інших інструментів.

Крім того не вирішено врегулювання питань, пов'язаних з порядком ведення податкового обліку, забезпеченням виконання податкових зобов'язань та умовами настання відповідальності за порушення у сфері оподаткування.

Отже, Податковий кодекс України об'єднує, спрощує і гармонізує положення діючого податкового законодавства та нормативної бази, в той же час містить певні упущення і дискусійні положення, які пртребують врегулювання.

ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНІ

Капорін В.І., ст. викладач

Головним соціально – економічним висновком щодо наслідків усіх перетворень які відбулись в Україні на зламі сторіч може бути єдиний: відбулась і посилюється «капіталізація» усіх сфер суспільного життя. Остання призвела до наступного: капітал та його власники всі параметри життя та розвитку суспільства визначають виходячи з сутності та загальної спрямованості руху капіталу – створювати та привласнювати нову вартість та реалізовувати, насамперед, інтереси невеликої купки власників дуже великої частки національного багатства.

Події, що сталися в нашій країні в останні двадцять років та реальний стан речей свідчать: соціально – економічні трансформації в Україні відбуваються за класичною схемою, але з більш абсурдними, парадоксальними, з точки зору не тільки суспільства, а й частки представників капіталу, спрямованістю та наслідками.

Формування бажаного капіталу соціально – економічного середовища, необхідного та спрямованого для створення та привласнення ним (капіталом) «нової та доданої вартості» відбувається шляхом злочинної руйнації значної частки потужного виробничого та суспільного потенціалу створеного багатьма поколіннями українців. Про те, що Україні дістався значний потенціал свідчить загальновідомий факт: економіка України складала дуже велику частку другої економіки світу другої половини двадцятого сторіччя.

Саме цю обставину дуже вдало використовували нові провідники українського суспільства напередодні березневого та особливо грудневого референдумів 1991 року. Українців запевняли у здатності вітчизняного потенціалу забезпечувати їм гідні умови існування та розвитку за умов незалежного господарювання. Підкреслимо ще раз – ці твердження були не безпідставними: за виробництвом багатьох важливих для споживачів товарів Україна займала достойне місце серед розвинутих країн Європи, про що свідчать не тільки офіційні джерела, а і матеріали, які подавались в агітаційних листівках ініціаторів референдуму.

Якщо все наведене не підлягає сумніву, - тоді виникає запитання: якщо наявний потенціал здатен реально забезпечувати суспільні потреби на пристойному рівні, то навіщо його руйнувати (наприклад, навіщо знищено більшість цукрових заводів Сумщини)?

Відповідь на вищезазначене питання полягає у зміні загальних пріоритетів та орієнтирів соціально-економічного розвитку нашої країни.

Суспільне господарство за радянських часів (незважаючи на істотні недоліки в його організації) було спрямоване на реалізацію суспільних інтересів. А його треба було на догоду «братам-близнюкам» - закордонному та великому вітчизняному капіталу – реформувати за руйнівними сценаріями, відпрацьованими на усіх континентах, у напрямку створення на теренах України зони, сприятливої для реалізації їх приватних інтересів.

Всім, хто знайомий з логікою становлення та розвитку капіталістичної системи, відома класична схема, за якою капітал досягає панівного становища в усіх сферах суспільного життя.

Спочатку капітал підкорює сферу обігу – торгівлю, опосередковано впливаючи на дрібних товаровиробників. Згодом капітал підкорює та визначає промислове виробництво, створюючи соціально-економічні умови для власного збагачення – резервну армію працівників, яка навіть фактом свого існування чинить психологічний тиск на працюючих та змушує їх приймати умови, які їм нав'язані (низьку оплату праці, недотримання вимог з охорони здоров'я та умов праці та ін.). Вищезазначене – це ще одна відповідь на питання для чого руйнувались промислові підприємства.

І наостанок, капітал приступає до захоплення аграрної сфери з метою привласнення «божої ренти». Як при здійсненні вказаних попередніх кроків, так і останнього, і зазначеного нижче, капітал фінансує інформаційну кампанію, метою якої було і є сьогодні переконати суспільство в необхідності того чи іншого дійства.

Саме це сьогодні і відбувається в українському суспільстві, яке у своєму русі дійшло критичної межі: вітчизняні олігархи та їх іноземні партнери (хазяї) повели потужний наступ на природну основу економічної, продовольчої безпеки і навіть незалежного існування – земельні ресурси. Суспільству настирливо нав'язується думка, що «ринок землі» - це визначальний чинник значного підйому сільськогосподарського виробництва, а через нього – і всієї України.

При цьому, роблять це ті самі автори, які після відомого Указу Президента України в 1999 році (значною мірою визначив руйнування колективного сільського господарства в Україні), стверджували, що цей документ дасть значний поштовх творчій ініціативі селян та підйому усього агропромислового виробництва. Що ми отримали відомо всім: майже остаточно зруйновані виробничі та соціальні комплекси на селі, питома вага вітчизняного продовольчого продукту у його загальному обсязі скоротилася до ганебного для хліборобської нації рівня. Ті, хто ініціює зняття мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення посилаються на бажання цього вітчизняного селянина, буцім – то у нього є на це гроші і він на багатолюдних майданах вимагає продажу землі. Це потрібно вказаним вище «братам – близнюкам».

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Бєдна А.О., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. “Економіка підприємства”
Мішенін Є.В., д.е.н., проф.

Становлення ринково орієнтованої системи господарювання та розвиток досконалих конкурентних відносин між її суб’єктами вимагають впровадження одночасно керівного і керованого організаційно-економічного механізму, здатного забезпечити стабільне ефективне високоприбуткове функціонування найважливіших структурних одиниць – сільськогосподарських підприємств – мобільно інтенсифікувати відтворювальні процеси як на локальному, так і на глобальному рівнях.

Отже, на практиці важливо знайти дійові напрямки підвищення ефективності функціонування підприємств. Для розв’язання цього завдання певного значення набуває класифікація чинників його зростання. Взагалі всі чинники підвищення ефективності функціонування підприємств зводяться до трьох напрямків:

1) управління витратами і ресурсами;
2) напрями розвитку і удосконалення виробництва та іншої діяльності;
3) напрями удосконалення системи управління підприємствам та всіма видами його діяльності.

До першої групи мобілізації чинників можна віднести такі заходи щодо підвищення поточної виробничої діяльності підприємства:

1) зростання продуктивності праці і зменшення зарплатоємності виготовлення продукції (тобто економія витрат живої праці);

2)зниження загальної ресурсомісткості виробництва (зменшення енергоємності, фондомісткості, матеріаломісткості тощо).

Все це спонукає підприємство до раціонального використання природно-сировинних ресурсів. Активна мобілізація вказаних факторів передбачає здійснення таких заходів, як: прискорення впровадження результатів науково-технічного та організаційного прогресу в практику діяльності підприємства; удосконалення організаційної та виробничої систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування і мотивації; підвищення якості і конкурентоспроможності виготовленої продукції; удосконалення і постійне коригування всіх видів діяльності для забезпечення їх вимогам сучасності. Всі визначені напрямки власне представляють другий напрям мобілізації факторів підвищення ефективності господарювання підприємства.

Але, найважливішого значення набувають чинники, визначені третьою групою, оскільки їх мобілізація передбачає визначення місця реалізації в системі управління діяльністю. Тут доцільно розглядати внутрішні та зовнішні відносно до підприємства фактори. Адже факторами внутрішнього середовища можливо оперувати на рівні підприємства, а от зовнішніми факторами управляти майже неможливо, оскільки вони потребують зазвичай суттєвих структурних зрушень, розгалуження інфраструктури підприємства, залучення інституціональних механізмів для забезпечення належних передумов функціонування підприємства.

Пошук можливостей підвищення економічної ефективності сільськогосподарських підприємств є необхідною умовою їх виживання в реаліях ринкової економіки, інтеграції України у світову економічну систему. Водночас складність і багатогранність питань, пов’язаних з оцінкою економічної ефективності підприємств аграрного сектора, вивченням впливу чинників на ефективність їх діяльності, удосконаленням механізму господарювання, зумовлює необхідність їх подальшого дослідження. Отже, для оцінки ефективності діяльності аграрних підприємств слід широко використовувати показники ефективності використання авансованого капіталу, показники собівартості продукції і продуктивності праці, фондовіддачі виробничих фондів. Проте для всебічної оцінки ефективності виробництва та її поглибленого аналізу необхідно також широко використовувати традиційні показники рентабельності. В них акумулюється вплив усіх факторів — природних, економічних і організаційно-господарських. Водночас на них істотно відбивається дія зовнішнього середовища, насамперед тих його ланок, на які аграрні підприємства не мають будь-якого впливу. Серед багатьох проблем аграрної галузі одне з провідних місць посідає проблема підвищення ефективності господарської діяльності аграрних підприємств.

Ефективність виробництва слід розглядати як певну соціально-економічну систему. Визначення ефективності як кінцевого ефекту від застосування засобів виробництва та живої праці вважається неповним. Вона вміщує ще й певний соціальний аспект. Як правило складовими ефективності є економічні, соціальні, технічні та екологічні аспекти.

Можемо зробити наступний висновок: суть ефективності сільськогосподарського виробництва полягає у виробництві максимальної кількості високоякісної продукції з одиниці сільськогосподарських угідь при найменших витратах ресурсів для найповнішого задоволення потреб населення в продуктах харчування, промисловості в сировині, забезпечуючи при цьому найбільший обсяг валового доходу на одиницю витрат суспільної праці.

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Вировець С.В., студ.5 курсу ФЕІП, спец. ”Економіка підприємства”
Мішенін Є.В., д.е.н., проф.

Економічний потенціал підприємства являє собою склад його ресурсів - трудових, матеріальних, фінансових та інших, наявних у розпорядженні підприємства для виробництва запланованих робіт і послуг. Стан економічного потенціалу підприємства характеризують наступні чинники та показники:

- обсяг і кількість виробничих ресурсів, чисельність промислово-виробничого персоналу, складу основних виробничих фондів, величина оборотних фондів і матеріальних запасів, наявність фінансових ресурсів та нематеріальних активів, використання патентів, ліцензій , технології, інформації;
- здатності персоналу підприємства і професійної діяльності в усіх сферах виробництва і на всіх рівнях управління;
- фінансовий стан підприємства, рівень поточної платоспроможності та ліквідності, зовнішня і внутрішня заборгованість, ступінь кредитоспроможності;
- стан наукової, творчої, раціоналізаторської та інноваційної діяльності, здатність до оновлення виробництва і зміні діючої технології;
- інформаційне забезпечення маркетингової, проектної, виробничої та фінансової діяльності, якість використовуваної інформації, ступінь її обгрунтованості та достовірності.

Економічний потенціал - здатність підприємства забезпечувати своє довготермінове функціонування і досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів.

Поетапно структурний підхід до формування величини економічного потенціалу підприємства передбачає виділення проміжних рівнів потенційних можливостей підприємства. Нижнім рівнем є виробничий потенціал, що являє собою здатність виробничої системи виробляти матеріальні блага, використовуючи ресурси. З’єднуючою ланкою є господарський потенціал, тобто сукупна здатність виробничого потенціалу підприємства і рівня його ділової активності в умовах існуючого маркетингового середовища задовольняти потреби ринку в певному обсязі матеріальних благ та послуг.

Планування розвитку потенціалу підприємства включає наступні етапи:

1) оцінка структури, динаміки та ефективності використання виробничих ресурсів і можливостей підприємства, його частка або займане становище на ринку;
2) визначення рівня конкурентоспроможності основних видів продукції, самого підприємства в цілому і його сукупного потенціалу;
3) аналіз наявних виробничих ресурсів і втрат економічних ресурсів на підприємстві;
4) вибір основної стратегії і тактики розвитку потенціалу підприємства;
5) планування розвитку потенціалу підприємства з урахуванням обраних перспективних цілей і наявних обмежень ресурсів ;
6) здійснення запланованих заходів, пов’язаних із забезпеченням економічного зростання та розвитку потенціалу підприємства.

Величина потенціалу підприємства визначає його конкурентоздатність на цільовому ринку, що характеризує здатність (сьогоднішню і перспективну) проектувати, виготовляти і збувати продукцію, по своїх цінових і інших якостях у комплексі більш привабливі для споживачів, ніж продукція конкурентів. Очевидно, чим більше ця величина, тим найсприятливіші передумови для успішної діяльності і більш стійкі позиції вона може зайняти на відповідному цільовому ринку.

Для оцінки потенціалу підприємства необхідна всеосяжна система показників, причому в основу конструювання такої системи має бути покладена структурна модель, що враховує не тільки фактичну динаміку, а й теоретичні передумови. Тому структурна модель системи показників концептуально має враховувати такі вимоги до її формування:

- загальнотеоретична інтерпретація, взаємозв’язок і цілеспрямування як окремих показників, їхніх груп, так і всієї системи в цілому;
- забезпечення порівнянності, єдиної спрямованості показників груп, усієї системи;
- можливість регулювання значень величин показників, залежно від рівня використання ресурсів, що витрачаються, і ефективності результату;
- можливість одержання прогнозу про спрямованість динаміки показників.

Найоб’єктивнішим та найадекватнішим критерієм оцінки потенціалу підприємств є їх ринкова вартість.

Методів визначення вартості потенціалу підприємства:

1) витратний (майновий) – визначає вартість об’єкта за сумою витрат на його створення та використання;
2) порівняльний (ринковий) – визначає вартість на базі зіставлення з аналогами, що вже були об’єктами ринкових угод;
3) результатний (дохідний) – оцінює вартість об’єкта на засаді величини чистого потоку позитивних результатів від його використання.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Закаблук О.С., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Мішенін Є.В., д.е.н., проф.

Рівень життя працюючого населення залежить передусім від розміру заробітної плати. Адже, заробітна плата є, з одного боку, основним джерелом грошових доходів найманих працівників, основою матеріального доходу членів їхніх сімей, а з іншого – певною часткою витрат роботодавця на виробництво і найефективнішим засобом спонукання працівників до високопродуктивної і найманої праці. Основним складником організаційно-економічного механізму управління оплатою праці є її організація на підприємстві. Питання організації заробітної плати, визначення її рівня завжди перебувають у центрі уваги як роботодавців, так і найманих працівників та їх об'єднань. Відповідно до чинних на сьогодні законодавчих актів ст. 15 Закону України «Про оплату праці» і ст. 97 Кодексу законів про працю України, основою організації оплати праці в Україні є тарифна система, що включає тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні довідники. Суть тарифної системи оплати праці полягає в тому, що роботи розподіляються залежно від їх складності, а працівники – залежно від їх кваліфікації відповідно до розрядів тарифної сітки, що є основою для формування розмірів заробітної плати.

Визначаючим фактором співвідношення заробітної плати найвищого і найнижчого окладів на підприємстві є специфіка конкретного підприємства і організації, кількісний і якісний склад працівників, який входить у відповідні кваліфікаційні групи, і інші якісні характеристики працівників, але не фінансовий стан підприємства, в залежності від якого лише коректується встановлена диференціація заробітної плати.

Головними вимогами до організації заробітної плати на підприємстві, які відповідають інтересам як працівника, так і роботодавця, є забезпечення необхідного рівня заробітної плати за максимального зниження її затрат на одиницю продукції та гарантія підвищення оплати праці кожного працівника зі зростання ефективності діяльності підприємства. Основу соціально-трудових відносин у суспільстві становлять питання реформування рівня оплати праці. Зауважимо, що цей процес в Україні розпочався з ухвалення Закону України «Про підприємства в Україні» (1991р.). Підприємства набули прав самостійно встановлювати форми, системи й розміри оплати праці, а також інші види доходів працівників; визначати фонд оплати праці без обмеження його зростання з боку державних органів. В умовах переходу нашої економіки на ринковий механізм функціонування, важливими завданнями оптимізації високопродуктивної, якісної праці та її гідної оплати є прискорення науково-технічного прогресу, зниження витрат живої праці, механізація трудомістких робіт, поліпшення використання трудових ресурсів, зменшення збитків робочого часу.

На сьогоднішній день у діяльності Президента України та Уряду проблемі подолання бідності приділено значну увагу. Реалізація урядової політики має забезпечити перехід від використання дешевої праці до висококваліфікованою з належною оплатою завдяки:

- удосконаленню законодавства щодо порядку та критеріїв визначення мінімальної заробітної плати та запровадженню мінімальної погодинної заробітної плати як державного соціального стандарту;
- забезпечення захисту прав працівників на своєчасне та в повному розмірі отримання заробітної плати, а також погашення заборгованості;
- істотному зменшенню питомої ваги населення, яке перебуває за межею бідності, та зміцненню позицій середнього класу;
- розрахунку обсягу коштів по кожному підприємству, необхідного для забезпечення належного рівня заробітної плати;
- врегулюванню податкової системи щодо зменшення навантаження на фонд оплати праці.

Отже, удосконалення оплати праці на підприємстві матиме вищу ефективність за дотримання таких принципів:

- відповідність заробітної плати ціні робочої сили;
- залежність заробітної плати від кількості і якості праці та від кінцевих результатів роботи підприємства;
- забезпечення переваг в оплаті праці тим працівникам, які роблять найбільший трудовий внесок у виробничі результати підприємства;
- удосконалення тарифної системи та нормування праці;
- відповідальність керівників підприємств за порушення законодавства про оплату праці.
- поєднання індивідуальних інтересів з колективними (за розвитку колективних форм організації праці).

Також велику роль в удосконаленні оплати праці відіграє використання в тарифній системі «гнучкого графіка». Результати роботи кожного працівника оцінюються по трьохбальній шкалі і відповідно з одержаною кількістю балів він може просуватися по вертикалі тарифної сітки на один, два, три ряди.

Тому навіть в межах однієї кваліфікації у кожного є можливість самостійно добиватися збільшення розміру своєї заробітної плати. Використання такої системи виключає автоматичний ріст заробітної плати не підвищуючи реальної кваліфікації і результативності працівників

ПОНЯТТЯ ЯКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ, ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗНИКІВ І ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Дорда М.О., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Мішенін Є.В.

Якість продукції — це сукупність її властивостей, що характеризують міру спроможності даної продукції задовольняти потреби споживачів згідно з її цільовим призначенням.

Сільськогосподарська продукція має різне цільове призначення. Згідно з цим критерієм вона поділяється на три типи: кінцевого споживання, проміжну і сировину. До продукції кінцевого споживання відносять ту продукцію, яка завдяки своїм біологічним якісним характеристикам безпосередньо використовується для особистого споживання. Продукція, призначена для подальшого використання в сільськогосподарському виробництві в наступних циклах відтворення, називається проміжною (насіння, садивний матеріал, корми). Сільськогосподарська сировина представлена тими видами продукції, які використовуються для промислової переробки.

Кожному з цих типів продукції притаманні свої показники якості. Під показником якості розуміють кількісний вираз однієї або кількох однорідних властивостей продукції, що задовольняють певні потреби споживачів стосовно до її цільового призначення й умов використання. Відношенням фактично досягнутого показника якості до його нормативного (базового) значення визначають рівень якості продукції.

У вітчизняній економічній літературі й практиці господарської діяльності розрізняють такі показники якості:

Біологічні показники характеризують придатність сільськогосподарської продукції до споживання в їжу. Вони залежать від біологічних і фізіологічних особливостей рослин і тварин, у процесі вирощування і догляду яких одержують цю продукцію. Серед даних показників найважливіше значення має вміст у продукції макро- і мікроелементів, білка, вітамінів, цукру, крохмалю, жиру тощо.

Показники технологічності характеризують такі властивості сільськогосподарської продукції, які є необхідними і водночас надто важливими для її ефективної промислової переробки або для виробничого використання в наступних циклах сільськогосподарського виробництва.

Показники транспортабельності важливі для всіх трьох типів сільськогосподарської продукції — кінцевого споживання, проміжної, сировини, оскільки характеризують ступінь її придатності до перевезення і до вантажно-розвантажувальних робіт відповідними засобами і способами. Найважливішими показниками транспортабельності є клас і габарити вантажу (продукції), витрати часу і коштів для підготовки продукції до перевезення, вартість тари і пакування, витрати на вантажно-розвантажувальні роботи, вартість перевезення.

Показники надійності важливі на всіх етапах руху продукції до споживання — особистого чи виробничого. Вони свідчать про придатність продукції до збереження біологічних і ряду технологічних показників якості при її зберіганні і транспортуванні.

Показники екологічності дають змогу судити про екологічну чистоту продукції та її придатність до споживання в їжу людьми або для годівлі тварин з точки зору нешкідливості їх впливу на стан живого організму.

Показники безпеки представлені тими особливостями або властивостями сільськогосподарської сировини, що характеризують ступінь безпеки працівників у процесі її виробництва і виробничого використання.

Економічні показники характеризують ступінь економічної вигоди виробництва сільськогосподарським товаровиробником продукції (товару) відповідної якості.

Естетичні показники мають особливе значення для кінцевої продукції, що споживається у свіжому вигляді, і для товарів широкого вжитку. Вони характеризують товарний вигляд продукції (наявність тургору, розмір, колір, а для товарів широкого вжитку ще й цілісність композиції, досконалість виробничого виконання продукції, раціональність форми тощо).

Патентно-правові показники притаманні тим видам продукції, які захищені патентом. Вони описують якість нових винаходів, утілених у товар, їх вагомість. Водночас патентно-правові показники характеризують і патентну чистоту товару, тобто можливість безперешкодної реалізації його на внутрішньому і зовнішньому ринках.

В умовах ринкової економіки якість продукції відіграє надзвичайно важливу роль у підвищенні її конкурентоспроможності. Економічне суперництво підприємств, окремих об'єднань, боротьба їх за ринки збуту зосереджуються не тільки на ціні, а й значною мірою на нецінових факторах. Серед цих факторів — реклама, створення сприятливих умов для реалізації продукції, забезпечення (за необхідності) післяпродажного обслуговування покупців — особливе місце займає якість продукції.

Завдяки поліпшенню якості і раціональному використанню інших нецінових факторів підприємство може одержати не тимчасові переваги над конкурентами, як при зниженні ціни, а довготривалі, оскільки останнім потрібно досить багато часу, щоб удосконалити товар і внести необхідні зміни в технологію його виробництва.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА

Березка О.В., студ.5 курсу ФЕІП, спец. ”Економіка підприємства”
Вєчканова М.М., к.е.н., доцент

Підвищення економічної ефективності сільського господарства в цілому передбачає збільшення виробництва і підвищення якості сільськогосподарської продукції 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 сільськогосподарських культур. В сучасних умовах сільське господарство розвивається переважно на основі інтенсифікації, що є основним джерелом підвищення його економічної ефективності.

Шляхи підвищення ефективності виробництва зерна, передбачають комплекс таких основних заходів: поліпшення використання землі, підвищення її родючості; впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва; поглиблення спеціалізації і концентрації виробництва на основі міжгосподарської кооперації і агропромислової інтеграції; раціональне використання виробничих фондів і трудових ресурсів; впровадження інтенсивних і ресурсозберігаючих технологій та індустріальних методів виробництва; підвищення якості і збереження виробленої продукції; широке використання прогресивних форм організації виробництва і оплати праці на основі колективного, сімейного і орендного підряду та оренди як прогресивної форми господарювання; розвиток сільськогосподарського виробництва на основі різноманітних форм власності і видів господарювання і створення для них рівних економічних умов, необхідних для самостійної та ініціативної роботи.

У комплексі заходів підвищення економічної ефективності виробництва зерна найважливішим є поліпшення використання землі на основі підвищення її родючості і зростання врожайності сільськогосподарських культур.

Ці завдання успішно вирішуються шляхом вирощування сільськогосподарських культур за технологією програмованих урожаїв з використанням досягнень науки, передової практики і забезпеченням високої якості праці.

Один із напрямів підвищення економічної ефективності виробництва зерна - впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва. Вирішення цієї проблеми сприяє насамперед підвищенню продуктивності праці в сільськогосподарському виробництві, що є основним якісним фактором економічного і соціального розвитку.

Розвиток та підвищення економічної ефективності зернового господарства - необхідна умова не тільки забезпечення населення продуктами харчування, а й піднесення ефективності виробництва інших видів продукції сільського господарства. Зміцнення матеріально-технічної бази галузі, впровадження інтенсивних технологій виробництва та прогресивних форм організації праці зумовили підвищення урожайності зернових культур та збільшення виробництва зерна. Водночас досягнутий рівень виробництва не забезпечує потреби України в зерні.

Поряд з невисоким рівнем урожайності зернових допускаються значні втрати зерна при збиранні, транспортуванні, зберіганні, переробці та використанні. Внаслідок незбалансованості кормових раціонів, недостатньої кількості грубих, соковитих та зелених кормів, невідповідності структури виробництва зерна потребам тваринництва та під, впливом багатьох інших, у тому числі й організаційних, факторів щорічні перевитрати зерна досягають 10-12 млн. т. Незабезпечення відповідного рівня годівлі сільськогосподарських тварин зумовлює зниження їх продуктивності, зменшення обсягів виробництва тваринницької продукції, зниження рівня споживання продуктів харчування населенням країни. Поряд з цим зниження обсягів виробництва зерна змушує підприємства зменшувати поголів’я худоби та птиці, що в свою чергу також спричинює зниження обсягу виробництва тваринницької продукції, гальмує розвиток цієї галузі.

Важливим фактором подальшого розвитку зернового господарства України е розвиток ринку зерна. Виходячи із законів ринкової економіки та специфіки зернопродуктового підкомплексу, розвиток ринку зерна повинен передбачати: надання господарської самостійності виробникам і створення умов для конкуренції учасникам ринкової торгівлі зерном і зернопродуктами; роздержавлення підприємств системи заготівлі, зберігання і переробки зерна та відміну хлібної монополії; зміну порядку формування і розподілу державних ресурсів зерна; перехід на економічні методи державного регулювання ринкових відносин.

За таких умов основним завданням державного регулювання повинен бути захист інтересів виробників і споживачів зерна з метою забезпечення прибутковості виробників продукції та захисту інтересів споживачів за допомогою контролю еквівалентності цін на зерно і засоби виробництва, що постачаються виробникам, регулювання умов поставок зерна на ринок. Метою державного регулювання ринку зерна має бути підтримка функціонування ринкового механізму і коригування його розвитку в потрібному для України напрямі.

Розроблена концепція розвитку зернового господарства України передбачає повне забезпечення населення країни хлібом і хлібопродуктами за кількістю та якістю відповідно до науково обґрунтованих норм споживання з урахуванням регіональних особливостей.

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Чемерис М.С., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Вєчканова М.М.

Ефективне використання основних фондів та виробничих потужностей має велике значення як для підприємства, так і для економіки країни в цілому. Повніше використання основних фондів на підприємстві веде до зменшення потреби у введенні в експлуатацію нових виробничих потужностей, до збільшення випуску обсягів продукції та підвищення рівня її якості, прискорює їх оборотність, що значною мірою сприяє вирішенню проблеми скорочення розриву в термінах фізичного і морального зносу, прискорює темпи оновлення основних фондів.

Успішне функціонування основних фондів та виробничих потужностей залежить від того, якою мірою реалізуються екстенсивні та інтенсивні фактори краіцого їх використання. Екстенсивне поліпшення використання основних фондів і виробничих потужностей означав: по-перше, збільшення часу функціонування основного устаткування і, по-друге, підвищення питомої ваги діючого устаткування в складі всього устаткування, наявного на підприємстві.

Для здійснення будь-якого виробничого процесу, крім самої праці як доцільної діяльності людей, необхідні предмети праці, тобто матеріально-технічні ресурси та засоби праці. Сукупність засобів праці, якими розпоряджається підприємство, складає його основні фонди.

Під терміном "основні фонди" розуміють матеріальні засоби, що використовуються у виробничій діяльності підприємства впродовж періоду, який перевищує 365 календарних днів від дати їх вводу до експлуатації, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку із фізичним або моральним зносом.

Таким чином, характерними особливостями основних фондів є:

1. Використання в натуральному вигляді впродовж тривалого часу (не менше року).

2.Схильність до зносу, який виявляється у поступовій втраті можливої подальшої експлуатації у зв'язку з старінням, закінченням резерву потужності, або з втратою доцільності подальшої експлуатації у зв'язку з виникненням основних фондів, що мають якісніші характеристики.

3. Специфічний характер кругообігу та відшкодування вартості через механізм поступової амортизації з віднесенням амортизаційних відрахувань на поточні витрати підприємства, і відповідно, вартість продукції.

Основні фонди підприємства повинні забезпечити належні матеріальні умови для здійснення господарської діяльності підприємства, зберігання необхідного обсягу товарних запасів, проведення транспортних, розвантажувально-навантажувальних, фасувальних та інших підготовчих операцій, пов'язаних з отриманням та реалізацією товарів, виконанням виробничих функцій, наданням послуг, праці та відпочинку робітникам підприємства, підвищенням продуктивності їхньої праці та ефективності господарювання всього підприємства. Рішенню цих завдань сприяє цілеспрямована робота з формування обсягу та складу основних фондів, створення режиму та умов їх експлуатації, підтримки у робочому стані та вибору політики амортизації.

Оскільки натурально-речовий склад основних фондів підприємства дуже різноманітний, для їх обліку, аналізу та планування використовують різні ознаки класифікації.

У наш час використовують наступну класифікацію основних фондів підприємства.

За характером використання виділяють:

- основні виробничі фонди основного виду діяльності підприємства;
- основні виробничі фонди інших галузей, які безпосередньо не пов'язані з реалізацією товарів, але виконують окремі підсобно-допоміжні та обслуговуючі функції;
- невиробничі основні фонди, використання яких пов'язане з діяльністю, що відноситься до галузей невиробничої сфери.

На відміну від основних виробничих фондів, які обслуговують господарську діяльність підприємства та створюють умови для її успішного здійснення, наявність у торговельного підприємства невиробничих основних фондів призначена забезпечити вирішення соціальних завдань: створення необхідних умов для проживання та відпочинку робітників підприємства та членів їх сімей, підтримку стабільності трудового колективу, покращення умов праці та морального клімату.

Завданням аналізу стану та ефективності використання основних фондів є: встановлення забезпеченості підприємства та його структурних підрозділів основними фондами - відповідність величини, складу і технічного рівня фондів потребі в них; визначення обсягів їх росту, оновлення та вибуття; вивчення технічного стану основних засобів і особливо їх активної частини - машин та устаткування: визначення ступеня використання основних фондів, аналіз повноти використання торговельної та складської площі; встановлення ступеня використання обладнання та його комплектності; визначення впливу використання основних фондів на обсяг товарообороту та інші економічні та фінансові показники діяльності підприємства; виявлення резервів зростання фондовіддачі, збільшення обсягу товарообороту та прибутку за рахунок покращення використання основних фондів.

РОЛЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Турчин Д.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Пилипенко В.В., к.е.н., проф.

В умовах ринкової економіки, завдяки специфічним властивостям заробітна плата відіграє значну роль у розвитку всіх галузей народного господарства. Основним її функціональним призначенням є стимулювання продуктивності праці, відтворення робочої сили та вирішення соціальних потреб суспільства. Я поділяю думку деяких економістів про те, що в усьому світі ще не знайдено більш універсальнішого засобу залучення людей до праці, ніж заробітна плата.

Однак, як свідчать спостереження, в Україні оплата праці не виконує свого функціонального призначення, особливо в аграрному секторі, де рівень її найнижчий.

В умовах ринкових відносин в сільському господарстві великого значення набуває поліпшення системи оплати праці і матеріального стимулювання. Найбільш помітними недоліками цієї системи є, по-перше, перевищення темпів зростання оплати праці над її продуктивністю і, по-друге, помітне зниження матеріальної зацікавленості більшості трудівників села у досягненні високих кінцевих результатів. Зауважимо, що дані недоліки мають загальну соціально-економічну базу і не ізольовані один від одного.

Заробітна плата є основним джерелом доходів працівників і найсильнішим мотиватором трудового потенціалу більшості населення. В умовах недосконалості ринкових регуляторів формування заробітної плати процеси у сфері оплати праці набули значною мірою стихійного характеру. Різко погіршилася структура та зменшилася питома вага заробітної плати у валовому внутрішньому продукті. Заробітна плата перестала виконувати свої функції: відтворювальну, стимулюючу та регулюючу.

Реальна заробітна плата знизилася до рівня, який не забезпечує працівникові обсягів споживання матеріальних благ і послуг, достатніх для розширеного відтворення його фізичної та інтелектуальної здатності до праці. Дуже повільно зменшуються обсяги заборгованості з заробітної плати. Наслідком цього є різке зниження купівельної спроможності населення, згортання внутрішнього ринку. Неефективність існуючого механізму організації заробітної плати вимагає детального перегляду базових теоретичних основ і практичних втілень.

На вирішення цієї проблеми спрямовано ряд Указів Президента України щодо реформування системи оплати праці, зокрема наступні: „Основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010р. ”від 3 серпня 1999р., „Основні напрями політики щодо грошових доходів населення” від 7 серпня 1999р., „Основні напрями соціальної політики на період до 2010 року” від 24 травня 2005р. Усі вони спрямовані на вдосконалення механізмів державного та колективно-договірного регулювання заробітної плати, визначення шляхів та механізмів її реального зростання, посилення захисту прав працівників на її своєчасне одержання.

В силу зазначеного, на державному рівні, у кожній галузі та на окремих підприємствах (в організаціях, фірмах) виникає необхідність у виробленні власної політики заробітної плати. Вона повинна враховувати інтереси різних груп працівників і власників, передбачати ефективну систему зайнятості населення й винагороди за працю, заходи до соціального захисту населення, механізми з підтримання доходів на рівні, що забезпечує людині гідне життя.

Досягнення цих цілей важко здійснити без вироблення нових підходів до розуміння теоретичних аспектів заробітної плати, її організації та аналізу всієї інформації з оплати праці. Раціональне розв’язання зазначених проблем дозволить підвищити ефективність керування заробітною платою.

Разом із тим дискусійними є багато теоретичних положень. Низка питань, що стосуються обліку та аналізу оплати праці, її організації, потребує поглибленого дослідження, особливо за умов створення автоматизованих робочих місць (АРМ) бухгалтера, економіста-аналітика, переходу на національні стандарти.

Отже, заробітна плата є однією з найважливіших категорій, котра потребує подальшого вивчення, організації та удосконалення для найкращого її розвитку:

1) різні види заохочень, стимулювань, премій та надбавок, які дають людині зрозуміти, що вона є важливою, а її вклад у розвиток і функціонування організації є досить корисними та необхідними;

2) відтік кадрів з села;

3) зростання безробітних та ін.;

4) так як вона є однією з мотивацій діяльності людини і через свою грошову форму дає можливість людини придбати необхідні матеріальні блага для забезпечення існування і розвитку. В умовах кризи реальна заробітна плата має досить низьку купівельну спроможність, а тому держава повинна розробити таку систему реформування оплати праці, яка б дала можливість отримувати гідну винагороду за виконувану роботу.

КРИЗОВИЙ СТАН В ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА ТА ШЛЯХИ ВИХОДУ З НЬОГО

Скляр Ю.І., студ. 4 курсу ФЕІП
Науковий керівник: к.е.н., проф. Пилипенко В.В.

Свинарство було, є і залишається однією з пріоритетних галузей тваринництва України. Наукова думка в різні часи намагалася дослідити, вивчити та впровадити у виробництво найефективніші методи щодо отримання високоякісного м'яса та збуту його на світовому ринку.

Рівень споживання м'яса і м'ясних продуктів є одним із найважливіших показників якості життя населення. М'ясне господарство країни та її регіонів у даний час переживає глибоку економічну кризу, яка пов'язана як з адаптацією галузі до ринкових умов, так і з великими помилками, що допускаються з боку держави в ході реформування. У свинарстві різко знизилося поголів'я тварин, скоротилася кормова база, продуктивність праці, багаторазово зросли витрати виробництва, в результаті допущено спад виробництва продукції, втрачено продовольчу безпеку з м'ясної продукції.

Високорентабельне виробництво м'ясної сировини за висновками спеціалістів, можливе лише за умови великотоварного виробництва. З роздержавленням та розпаюванням земельних ділянок зникли виробничі потужності тваринницьких ферм та комплексів, що майже повністю знищило можливість утримування поголів'я худоби. Ті комплекси, які залишились на балансі сільськогосподарських підприємств, потребують ремонту та реконструкції приміщень під сучасні енергозберігаючі технології, але це неможливо без інвестицій.

Аналіз та оцінка кризового стану в тваринництві дозволили нам зробити наступні висновки:

- в державі недостатньо діє механізм дотаційної підтримки сільгоспвиробника з боку держави;
- спостерігається значний дисбаланс цін на промислову та сільськогосподарську продукцію;
- зростає імпорт м'яса в країну;
- несанкціоноване ввезення імпортної сировини, переробка імпортованого м'яса за давальницькими схемами призвели до перенасичення сировиною м'ясопереробних підприємств, що, відповідно, зменшило закупівельні ціни на тварин для забою на 20%;
- переробні підприємства встановлюють ціни, що не завжди задовольняють споживачів. Посередники закуповують тваринницьку продукцію, в тому числі у населення, за низькими цінами, а реалізують за високими, що робить кінцеву продукцію недоступною для масового споживача.

Загальмувалася робота зі створення нових високопродуктивних генотипів свиней. Інтенсивне ведення галузі свинарства вимагає систематичного надходження у виробництво нових конкурентоспроможних високопродуктивних порід, типів, заводських і спеціалізованих ліній, щоб постійно проходила заміна одних іншими з більшим селекційним і гетерозисним потенціалом. Це є основним чинником прогресу галузі з позицій селекції й генетики. Потрібна науково обґрунтована державна програма виведення нових генотипів свиней, затверджена Міністерством аграрної політики, щоб цей процес був плановим і фінансувався.

Для галузі потрібне економічне стимулювання нарощування поголів'я, створення та надходження інвестицій. На загальнодержавному рівні для забезпечення зростання виробництва та розвитку галузі потрібно здійснити комплекс заходів: сформувати систему довгострокового кредитування й надати вільний доступ до кредитних ресурсів сільськогосподарським товаровиробникам; збільшувати обсяги фінансування державної програми у тваринництві. Сучасне обладнання і техніка також звичайно потрібні товаровиробникам.

Не менш важливим є забезпечення виробництва якісними і повноцінними кормами, створення належних умов утримання і годівлі тварин, реалізації товарного та племінного поголів'я через аукціони.

Для відродження галузі та збільшення виробництва високоякісної свинини навіть у період глобальної кризи потрібно:

1. ретельно й професійно вивчити передовий досвід розвинених країн та розробити сучасну вітчизняну технологію виробництва свинини з залученням конкретних заходів із виготовлення технологічного обладнання;
2. запровадити для виробників свинини державні дво-п'ятивідсоткові кредити терміном на п'ять-десять років;
3. будівництво об'єктів за імпортною технологією слід здійснювати після ретельної експертизи проекту кваліфікованими вітчизняними вченими та спеціалістами-практикантами;
4. забезпечити захист вітчизняних виробників племінної і товарної свинарської продукції, особливо на початкових етапах відродження галузі, а також проводити ефективну політику регулювання обсягів виробництва та цін на продукцію на ринках.

Тільки за відповідного патріотичного ставлення держави, виробництва й науки, а також за умови професійного вивчення та врахування зарубіжних здобутків можна найближчим часом вивести нашу національну галузь сільськогосподарського виробництва, або свинарство, із скрутного становища, в якому воно опинилося останніми роками.

СТАН ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИКІВ НА ПРИКЛАДІ СВК «РОМАШКОВЕ» СЕРЕДИНО-БУДСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Крутуха М.О., студ.5 курсу ФЕІП, спец. ”Економіка підприємства ”
Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент

Система оподаткування - це продукт діяльності держави, її важливий атрибут. Кожна держава формує свою систему оподаткування з урахуванням досвіду інших країн, стану економіки, розвитку ринкових відносин, необхідності вирішення конкретних економічних і соціальних завдань, власних національних особливостей.

Становлення системи оподаткування в Україні почалося з ухваленням 25 червня 1991 р. Закону "Про систему оподаткування". У ньому було визначено принципи побудови і призначення системи оподаткування, дано перелік податків, зборів, названо платників та об’єкти оподаткування. Таким чином було закладено основи системи оподаткування, створено передумови для її наступного розвитку.

СВК «Ромашкове» як юридична особа є також платником податків, а саме збору за забруднення навколишнього природного середовища, орендну плату за земельні ділянки, податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, ПДВ, фіксований сільськогосподарський податок, а також внески до Пенсійного фонду та Фондів соціального страхування.

У податковій системі України для сільськогосподарських товаровиробників наведено спеціальний режим оподаткування. Він функціонує на загальному рівні з 1999 року і передбачає сплату фіксованого сільськогосподарського податку (ФСП), а також специфічний механізм звільнення від сплати податку на додану вартість (ПДВ).

ФСП належить до податків на основі вартості землі. Його механізм не пов’язаний із результатами діяльності товаровиробників, що характеризує його як нейтральний податок. Перехід на сплату фіксованого сільськогосподарського податку можливий тільки з дотриманням певних умов. До них належать критерії відповідності виду діяльності, виду виготовленої продукції та розміру відповідних доходів

Підприємство має велике податкове навантаження , яке становить 91,69 тис. грн. Найбільшу питому вагу в структурі податкових зобов’язань у СВК «Ромашкове» за останні п’ять років займають ПДВ та відрахування до Пенсійного Фонду, які складають у 2010 році 58 тис. грн. або 63,26% та 26 тис. 668грн. або 29,08% відповідно.

Щодо інших податків та відрахувань, то вони займають не велике значення для підприємства, бо вони є незначними. Так, збір за забруднення навколишнього середовища та ФСП, які сплачує СВК «Ромашкове» становлять у загальній структурі лише 0,52 %та 1,0 % відповідно.

Отже, підприємство має значне навантаження, це насамперед стосується відрахування до Пенсійного Фонду, яке становить 33,2% від фонду оплати праці, ПДВ – 20% від вартості реалізованої продукції, який становить найбільшу питому вагу у структурі податкових навантажень і у звітному році становить 63,26%.

Податкове навантаження з кожним роком зростає, так у 2010 році порівняно з 2006 роком воно зросло на 36,78 тис. грн. або майже на 68%.

Так, збір на забруднення навколишнього середовища, відрахування до Пенсійного фонду, відрахування до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, відрахування до Фонду соціального страхування на випадок безробіття та відрахування до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань зросли більш ніж у 2 рази.

Найбільше зріс збір на забруднення навколишнього середовища – майже у 2,4 рази або ж на 304,23 грн. і у звітному році становить 525,34 грн.

Нині гостро постає питання створення ефективного податкового механізму у сільському господарстві, яке б визначалося не лише розмірами податкового навантаження, а й відповідністю структури обов’язкових платежів та податкового інструментарію рівню розвитку галузі і стану її економіки.

Вихідною умовою побудови системи оподаткування аграрного сектора економіки є два положення: перше – система оподаткування аграрного сектора повинна максимальною мірою враховувати специфіку агропромислового виробництва, і друге, - вона обов’язково має бути складовою загальнодержавної системи оподаткування, задовольняти її принципам.

Проблема побудови ефективної податкової системи - одна з найбільш актуальних у процесі становлення в Україні ринкових відносин і закладання підвалин для економічного зростання. Однак існуюча система не тільки не заохочує, а в ряді випадків прямо перешкоджає зусиллям підприємств щодо розвитку виробництва і підвищення його рентабельності. Вона повинна бути спрямована на створення організаційно-правових основ оподаткування ринкового типу, формування в країні зваженої податкової політики, створення умов для переходу до економічного зростання і бути частиною практичних заходів щодо комплексного розв’язання проблем ринкових реформ.

СТАН ТА НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Синенко Т.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент

В умовах переходу до ринку в підприємств з'явилася необхідність і можливість самостійно визначати напрямки своєї інвестиційної діяльності, джерела і заходи досягнення поставлених цілей, тобто самостійно формувати інвестиційну політику. Різкий спад інвестиційної діяльності останніми роками відбувається на фоні стійкого погіршення умов і результатів виробничої діяльності підприємств. Скорочення грошових надходжень підприємств і централізованих капітальних вкладень, невідповідні відновлюваним потребам амортизаційні відрахування також негативно вплинули на інвестиційну привабливість підприємств.

На жаль, принципи ринкової економіки розвивались, перш за все, у так званому "великому виробництві" (промисловість), торгівлі та сфері послуг, а село продовжувало існувати в іншому економічному просторі. Навіть законодавчі акти щодо реформування земельних та майнових відносин у сфері сільськогосподарського виробництва не змогли суттєво змінити становище у сільському господарстві, оскільки держава, поступово втрачаючи функції постачальника матеріально-технічних ресурсів, тривалий час зберігала функції розпорядника виробленої колективними підприємствами сільськогосподарської продукції, що і спричинило інвестиційну кризу у сільському господарстві, адже колективні сільськогосподарські підприємства, намагаючись виправити становище, самі шукали джерела придбання необхідних ресурсів і, таким чином, заборгували постачальникам матеріально-технічних ресурсів значні кошти.

Важливим завданням державної інвестиційної політики є розвиток ринку капіталу для сільськогосподарських товаровиробників, ринку засобів виробництва та нових технологій, забезпечення виробництва найбільш важливих видів продукції, які нині не задовольняють потреби споживачів, поліпшення соціального розвитку села, збереження земельних ресурсів та навколишнього середовища.

На першому етапі реалізації інвестиційної політики джерелами фінансування мають стати бюджетні асигнування й залучені інвестиції через лізингові відносини. Оскільки в найближчій перспективі на світовому ринку збережеться значний попит на зерно, необхідно нарощувати його виробництво для поповнення валютних надходжень. З метою залучення інвестицій у переробні підприємства АПК доцільно здійснювати раціональне входження у світові фондові ринки. Значна частина переробних підприємств АПК України є привабливими для іноземних інвесторів, а тому їх цінні папери матимуть попит. Через залучення іноземних інвестицій можна досягти часткової стабілізації аграрного виробництва.

Вивчення досвіду розвинутих країн по виходу з інвестиційної кризи дозволило сформувати основні принципи інвестиційної діяльності підприємств АПК на найближчу перспективу, а саме: надання першочергового значення реконструкції та технічному переозброєнню виробництва, впровадження прогресивних ресурсозберігаючих технологій, докорінне оновлення асортименту та якості продукції, розширення сфер застосування капіталу через функціональну диверсифікацію підприємств, розширення частки наукомістких виробництв з високою швидкістю обороту капіталу, здійснення державних довгострокових інвестиційних програм з жорстким бюджетним контролем, прискорення обігу інвестицій через скорочення строків амортизаційних відрахувань, зниження процентних ставок, створення потужної інформаційної системи, прийняття управлінських рішень про інвестування на основі прогнозу збуту продукції АПК з орієнтацією на зовнішній ринок.

У процесі аграрної реформи на більшості підприємств АПК відбулися зміни у формах власності та господарювання, але методи управління інвестиційними процесами на мікрорівні не відповідають вимогам ринкової економіки. Наслідком цього є невикористання внутрішніх можливостей господарств та неадекватна реакція на зміну зовнішнього середовища. Тому на першому етапі для вирішення складних завдань по підвищенню платоспроможності аграрних підприємств необхідно здійснити комплекс стратегічних та тактичних заходів антикризового управління. Успіх стратегії значною мірою залежатиме від здатності економістів здійснювати ефективне управління ресурсами, мінімізуючи ризики. При вирішенні цих питань завдання керівників полягає у контролі за виконанням прийнятих рішень, вивченні досвіду та його екстраполяції на майбутнє, врахуванні тенденцій розвитку та можливих напрямів змін зовнішнього середовища, розробці стратегічних та тактичних цілей інвестиційної діяльності, орієнтації на прийняття обґрунтованих рішень.

З метою підвищення ефективності прийняття інвестиційних рішень в аграрних підприємствах важливо перейти до проектного підходу, що передбачає порівняння позитивних результатів від проекту з негативними його наслідками, визначення показників ефективності проекту - чистої поточної вартості, внутрішньої норми рентабельності та норми окупності. На основі врахування фактора часу слід порівнювати майбутні грошові потоки, які виникають під час реалізації проекту, та поточні витрати. Крім того, в сучасних умовах важливого значення набувають питання технічного аналізу,

комерційної доцільності, оцінки можливості впливу проекту на фінансовий стан підприємства і економіку держави, навколишнє середовище га соціальну сферу.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Фролова Т.С., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Пилипенко Н.М., к.е.н., доцент

Конкурентоспроможність підприємства є основним інтегральним показником, який віддзеркалює майже всі сторони його діяльності, характеризує потенціал розвитку, фінансову і виробничу стійкість, визначає місце підприємства на ринку. Конкурентоспроможність підприємства можна охарактеризувати як можливість забезпечувати випуск і реалізацію продукції, яка за своїми ціновими й неціновими факторами привабливіша, ніж продукція підприємств-конкурентів, використовуючи конкурентні переваги підприємства і маючи потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції у майбутньому при зміні ринкової ситуації і попиту споживачів.

Актуальність забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств нині сягає свого апогею після приєднання Україні до Світової організації торгівлі й мінімізацію тарифного захисту внутрішнього національного ринку знаходиться на порівняно невисокому рівні через недостатню матеріально-технічну забезпеченість, невисоку кваліфікацію трудових ресурсів, використання застарілих витратних технологій, неврегульованість кредитного механізму, що в разі відкритості економіки може підірвати продовольчу й економічну безпеку держави.

Тому розроблення стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору економіки є нині одним із найважливіших народногосподарських завдань.

Висока конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства зумовлюється наявністю трьох ознак:

- споживачі задоволені й готові придбати повторно продукцію цього виробника;
- суспільство, акціонери, партнери не мають претензій до виробника;
- працівники пишаються своєю участю в діяльності підприємства, а сторонні вважають за честь тут працювати.

На підставі вищевикладеного можна зробити висновки:

- сільськогосподарські підприємства потерпають від негативного впливу на їхню діяльність покупців і постачальників, переробники страждають від дії всіх чинників галузевої конкуренції;
- конкуренція є живильним середовищем розвитку продуктивних сил суспільства самого в тому числі, а також основою удосконалення виробничих відносин;
- не всі аграрні і переробні підприємства мають можливість виходу на зовнішній ринок через низьку якість своєї продукції, тому більшість з них працює на національному ринку;
- об'єктивність оцінки конкурентоспроможності суб'єктів діяльності може бути забезпечена проведенням й тільки на підставі системи показників.

Підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств значною мірою залежить від ефективного збуту їх продукції. Цьому сприятиме створення єдиної інформаційної системи в АПК, окремих регіонах і на підприємствах, яка дозволить вчасно отримувати, обробляти і розповсюджувати дані про стан аграрного сектора, кон'юктуру агропродовольчих ринків, комерційну і зовнішньоекономічну діяльність. Варто створити інформаційну базу щодо цінового моніторингу в мережі інтернет, яка постійно поновлювалась би з появою нової інформації, і забезпечити доступ до неї товаровиробників.

Створення на аграрних підприємствах маркетингових служб сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності. Але спочатку за браком кваліфікованих спеціалістів маркетингові служби варто створювати при регіональних аграрних біржах або управліннях сільського господарства.

І лише тоді, коли кадровий потенціал й економічні умови на підприємствах досягнуть необхідного рівня, такі служби можна буде створювати в аграрних формуваннях.

Первинні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств такі:

1) оновлення матеріально-технічної бази підприємств;
2) нарощування обсягів виробничої діяльності;
3) освоєння нових видів технік та технологій;
4) покращення інформаційної обізнаності.

Отже, конкурентоспроможність підприємства повинна забезпечувати його високим стабільним прибутком і утриманням на ринку, що є основною метою діяльності підприємства.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

Чубата В.С., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Пилипенко Н.М.

У сучасній економічній ситуації господарські одиниці мають повну економічну самостійність. Вони самі визначають свою економічну політику, формують портфель замовлень, організовують виробництво та збут продукції, повністю відповідають за результати господарської діяльності. Все це, безумовно, актуалізує проблему забезпечення економічної безпеки бізнесу в сучасних умовах.

Ситуація української економічної дійсності спонукає до необхідності створення систем управління економічною безпекою підприємств, які забезпечуватимуть стан захищеності їхніх життєво важливих інтересів від недобросовісної конкуренції, протиправної діяльності кримінальних формувань й інших зовнішніх і внутрішніх загроз. Такі системи безпеки повинні бути орієнтовані на збереження функціонування й розвиток підприємств відповідно до їхніх статутних цілей, визначеної місії, підтримки стану юридичних і економічних відносин, організаційних зв'язків, матеріальних й інтелектуальних ресурсів, за яких гарантується стабільність діяльності, комерційний успіх, прогресивний науково-технічний і соціальний розвиток підприємства.

Фінансова криза, що досягла Україну, поставила під загрозу існування багатьох підприємств. На цьому тлі відразу проявилося, наскільки низька економічна безпека підприємств. Ті підприємства, які на досить високому рівні подбали своєчасно провести аудит, змогли стійко пройти першу і найскладнішу фазу кризи та зберегли свою організацію від краху і сьогодні продовжують діяльність. На підприємства постійно впливають внутрішні і зовнішні прояви, що впливають на потенціал підприємства. Тому створення моніторингу індикаторів такої речі, як економічна безпека, обгрунтування і встановлення порогових значень,– це одні з небагатьох завдань, які забезпечують економічну безпеку підприємства. Стан економіки України не на високому рівні, щоб забезпечити достатній рівень існувань підприємств, а відповідно і економічна безпека знаходитися на такому ж рівні. Вона на даному етапі розвитку вразлива і залежна від внутрішніх і зовнішніх загроз впливу.

З цього випливає, що захищеність підприємств їх науково-технічного, технологічного, виробничого і кадрового потенціалу від активних або пасивних економічних загроз, безпосередньо залежить від політики, що проводиться самим підприємством. Підприємство має відповісти, якою мірою воно ефективне готове протистояти загрозам у даних умовах і показати свою здатність до відтворення.На потенціал підприємства не маловажний вплив здійснює некомпетентний менеджмент, неефективні науково-виробнича і маркетингова стратегії. Проте це не єдині загрози, що впливають на розвиток підприємства і пов'язані з тим, на якому рівні перебуває економічна безпека підприємства. Більш важливі завдання піднімаються з впливом зовнішнього економічного середовища. Необхідно дослідити факти, які сприяють позитивним тенденціям розвитку потенційних можливостей виробництва і відповідають його інтересам.

Таким чином, управління економічною безпекою підприємства вимагає сучасних підходів щодо реалізації заходів на досягнення її необхідного рівня. Вибір технології управління економічною безпекою обґрунтовується системою критеріїв оцінки її стану, зокрема на основі виділення таких положень: економічна незалежність, що визначає можливість здійснення контролю над ресурсами; забезпечення стійкості та надійності функціонування усіх підсистем підприємства; здатність до саморозвитку і прогресу, тобто спроможність самостійно реалізовувати і захищати економічні інтереси, вести ефективну інвестиційну та інноваційну політику, розвивати інтелектуальний та трудовий потенціал підприємства.

Слід зазначити, що вибір і реалізація заходів щодо управління економічною безпекою залежить також від реалізації основних напрямків державної політики з питань національної безпеки України в економічній сфері, зокрема: забезпечення умов для сталого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності національної економіки; прискорення прогресивних, структурних та інституціальних змін в економіці, поліпшення інвестиційного клімату,підвищення ефективності інвестиційних процесів; стимулювання випереджувального розвитку наукоємних високотехнологічних виробництв та інших напрямків діяльності, зазначених у Законі України «Про основи національної безпеки України».

Отже, економічна безпека підприємства є таким станом розвитку господарського суб'єкта, який характеризується стабільністю комплексного економічного й фінансового розвитку, ефективністю нейтралізації негативних факторів та протидії їхньому впливу на усіх стадіях його діяльності. Можливість аналізу рівня економічної безпеки підприємства та прийняття рішень, щодо її забезпечення, залежить від того на скільки повним буде вирішення даних проблем, що є фундаментом для успішної діяльності підприємства. Поряд з цим держава також повинна дбати про національну безпеку України, а отже і підтримувати кожне з підприємств. Саме тому це питання є сьогодні досить актуальним при функціонуванні будь-якої організації та потребує детального вивчення. Це дослідження необхідне для того, щоб підприємство не зазнало краху, а продовжувало ефективно та прибутково працювати.

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Авраменко С.А., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Ковальова О.М., к.е.н., доцент

Матеріально-технічне забезпечення як одна з галузей сфери товарного обігу, що виконує функції обігу засобів виробництва, виконує велику роль у підвищенні ефективності виробництва. Воно виступає в якості опосередкованого зв'язку між виробництвом та виробничим споживанням продукції виробничо-технічного призначення та його діяльність з розширенням масштабів виробництва непреривно зростає. Забезпечуючи міжгалузеві зв'язки по поставках продукції, структури матеріально-технічного забезпечення сприяють скороченню часу виробництва, підвищенню його ефективності та якості продукції за рахунок ритмічного, своєчасного забезпечення підприємств, економічними партіями різних видів сировини, матеріалів та обладнання.

На основі вивчення потреби в продукції виробничо-технічного призначення та умов її раціонального використання структури матеріально - технічного забезпечення безпосередньо впливає на промисловість та будівництво з метою поліпшення використання матеріальних ресурсів, впровадження у виробництво прогресивних матеріалів та ефективних технологічних рішень.

Вплив структур матеріально-технічного забезпечення на режим використання ресурсів в народному господарстві проявляється практично через усі сторони їх діяльності: розподіл продукції, координацію процесів виробництва та споживання, оптимальне розміщення замовлень у промисловості, організацію збуту продукції виробничо-технічного призначення та її рух від виробника до споживача.

Отже економічне значення матеріально-технічного забезпечення підприємства заключається в тому, щоб забезпечити:

> безперебійне забезпечення підприємства необхідними засобами виробництва;

> оптимізацію господарських зв'язків між підприємством та постачальником;

> створення економічно обґрунтованих матеріальних запасів та маневрування матеріальними ресурсами;

> застосовування прогресивних шляхів та засобів транспортування вантажів з метою прискорення та здешевлення процесу обміну;

> раціональне і економічне використання засобів виробництва у виробництві;

> зменшення витрат щодо матеріально-технічного забезпечення підприємства

Раціональне використання (споживання) і економія сировини, матеріалів, палива і енергії є одними із важливих умов функціонування підприємства в умовах ринку, переводу економіки на інтенсивний шлях.

Раціональне використання матеріальних ресурсів – це доцільне обґрунтоване їх використання, їх витрати на рівні мінімуму при виробництві одиниці продукції. В загальному вигляді економія матеріальних ресурсів – це підвищення їх рівня корисного використання, яке виражається у зниженні питомої витрати матеріалів на одиницю споживчого ефекту, котрий одержують у результаті раціонального споживання матеріальних ресурсів.

Значення економії матеріальних ресурсів зростає в зв'язку із збільшенням обсягу виробництва продукції. Зменшення матеріальних витрати безпосередньо впливає на зниження собівартості продукції, оскільки вони становлять біля 75-80 відсотків витрат підприємства, із них біля 60 відсотків припадає на матеріали і сировину. Скорочення матеріальних витрат на виробництво одиниці продукції – це більш значний резерв економії порівняно із зниженням трудоємності і фондоємності виробництва: 1 відсоток економії матеріалів забезпечує скорочення витрат у 2-2,5 раза більше ніж 1 відсоток економії фонду зарплати та в 2-4 рази більше, ніж 1 відсоток скорочення капітальних вкладень.

Основними формами матеріально-технічного забезпечення підприємства є транзитна та складська. Транзитна форма забезпечення вигідна у тих випадках, коли матеріал надходить до споживача у кількостях не менше транзитної норми відвантаження.

Ця форма забезпечення матеріальними ресурсами дає найбільший (економічний) ефект у відношенні рівномірності постачання, дотримання асортименту, комплектності, якості продукції та інших параметрів при встановленні прямих тривалих зв'язків між споживачами та постачальниками. Такі зв'язки повинні бути встановлені для споживачів з тими постачальниками, від яких вони отримують велику частку матеріальних ресурсів.

Зниження витрат з матеріально-технічного забезпечення підприємства може відбуватися різними шляхами, зокрема, зниженням конструктивної матеріалоємності продукції, яке відбувається внаслідок:

а) використання економічних видів матеріальних ресурсів;

б) скорочення числа непотрібних функцій;

в) зниження незмірних запасів міцності виробів

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СТОВ «БАТЬКІВЩИНА»

Бородай А.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Ковальова О.М., к.е.н., доцент

Конкурентність потенціалу підприємства – комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переважання сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства — комплексне, багатопрофільне поняття, оскільки передбачає врахування взаємодії всіх його складових.

Ринковий потенціал розглядається як одна із важливіших динамічних характеристик діяльності підприємства, яка одночасно відображає стан підприємства щодо вимог зовнішнього й внутрішнього середовища та використовується для оцінки його роботи. Ефективне використання та вдосконалення ринкового потенціалу є неперервним процесом активного пристосування суб'єкта господарювання до змін умов функціонування

Ринковий потенціал підприємства – це можливість управління його ресурсами на окремих етапах його розвитку в цілях ефективної взаємодії з ринком.

Першочерговою задачею характеристики ринкового потенціалу є аналіз конкурентів досліджуваного підприємства. Метою аналізу конкурентів є визначення напрямів діяльності та способів ведення конкурентної боротьби.

Найбільшим конкурентом в районі СТОВ «Батьківщина» є ПСП «Пісківське». Дане підприємство являється прямим конкурентом, так як виробляє подібну продукції та реалізує її однаковій категорії покупців. Так, молоко обидва підприємства реалізує Конотопському молочному заводу, а незначну частину Бахмацькому молочноконсервному заводу; м'ясо – «Конотомясу».

Проведена оцінка конкурентоспроможності потенціалів досліджуваних підприємств наведена в наступній таблиці. Розрахунки проведені зав допомогою методів балів.

Оцінка конкурентоспроможності СТОВ «Батьківщина» та ПСП «Пісківське»

Показнкики	Значення показника		Максимальне значення показника	Максимальний бал	Бали за оцінюючими показниками		Вагомість	Зважені бали	
	СТОВ "Батьківщина"	ПСП "Пісківське"			СТОВ "Батьківщина"	ПСП "Пісківське"		СТОВ "Батьківщина"	ПСП "Пісківське"
Коефіцієнт оборотних запасів	132,86	95,60	132,86	10	10,00	7,20	0,2	2,00	1,44
Темпи росту виручки від реалізації продукції	1,04	1,32	1,32	10	7,85	10,00	0,4	3,14	4,00
Рентабельність реалізації	0,35	0,40	0,40	10	8,68	10,00	0,4	3,47	4,00
Рентабельність власного капіталу	0,10	0,27	0,27	10	3,61	10,00	0,3	1,08	3,00
Коефіцієнт автономії	0,94	0,62	0,94	10	9,98	6,60	0,3	2,99	1,98
Продуктивність праці	50,25	45,83	50,25	10	10,00	9,12	0,1	1,00	0,91
Коефіцієнт сталості кадрів	0,65	0,59	0,65	10	10,02	9,08	0,1	1,00	0,91
Всього								14,69	16,24

Виходячи з даних розрахунків можна зробити висновок, що більший рівень конкурентоспроможності має ПСП «Пісківське». СТОВ «Батьківщина» повинно нарощувати обсяги реалізації продукції, здійснити заходи щодо зростання продуктивності праці та запропонувати оптимальну систему мотивації працівників підприємства для зростання сталості кадрового потенціалу, так як це є слабкими сторонами підприємства. Слід відмітити, що рентабельність власного капіталу дуже низька. Але поряд з цим, СТОВ «Батьківщина» має вищий коефіцієнт автономії, що говорить про більш стабільну позицію, так як воно досить забезпечене власним капіталом.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УРОЖАЙНОСТІ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ВАЛОВОГО ЗБОРУ СОНЯШНИКА

Кривонос О.С., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Ковальова О.М., к.е.н., доцент

Основними шляхами збільшення валового збору є збільшення посівних площ та підвищення урожайності. Останнім часом за умови розширення посівних площ соняшнику його урожайність різко зменшилась. Низький рівень урожайності зумовлений екстенсивним типом господарювання. Замість більш ефективного використання землі, збагачення її добривами, поліпшення агротехніки господарства і на далі розширюють площі посіву. Такий споживацький підхід не враховує негативних наслідків використання родючості ґрунту і надалі зумовлює зниження врожайності. В господарствах з високим рівнем агротехніки та агрохімії при використанні для посіву якісного насіння сортів і гібридів соняшника з різним вегетаційним періодом загалом було отримано врожайність, вищу за середню. Високої врожайності було досягнуто на ділянках з демонстраційним посівами гібридів провідних селекційних центрів світу.

Причинами високої урожайності є:

- використання високоякісного посівного матеріалу;
- дотримання оптимальних строків посіву;
- високий рівень агротехніки;
- своєчасне повноцінне підживлення;
- використання новітніх засобів захисту рослин.

Будь-який гібрид соняшнику, перш ніж бути внесеним до Державного реєстру сортів рослин, проходить конкурс сортовипробування, вході якого визначається його продуктивна здатність, господарські ознаки і стійкість проти несприятливих погодних умов. Але культура землеробства в мережі державного сортовипробування досить велика порівняно з середнім рівнем більшості аграріїв.

Ступінь реалізації генетичного потенціалу гібридів соняшнику визначається багатьма чинниками. Але найважливішими є погодні умови (співвідношення тепла і вологи) та культура землеробства. Несприятливі погодні умови і недотримання строків збирання часто призводять до високого обсіменіння посівного матеріалу фітопатогенними мікроорганізмами. Тому передпосівне протруювання насіння – запорука отримання дружних і здорових сходів рослин. Про що свідчить практика вирощування соняшнику.

Нині вже створені сорти та гібриди соняшнику, насіння яких містить 55-57% олії. Це забезпечує виробництво 14,5-15 ц олії з гектара посіву соняшнику. Так, гібриди югославської селекції „Титанік", „Байкал" на полях можуть дати в середньому по 27,4 ц/га, а гібрид „Гена" - 37,4 ц/га при засухах минулого 2010 року.

Якщо розглядати урожайність соняшника на прикладі досліджуваного підприємства, а саме ТОВ «Братениця» Сумської обл. то фактична урожайність соняшника у 2010 році склала 11,9 ц/га. Цей показник є нижчим порівняно з попередніми роками на 8,4ц/га порівняно з 2009 роком та на 12,3 ц/га порівняно з 2008 роком. Причинами цього є: запізнілі строки посіву, використання не досить високоякісного матеріалу та несприятливі погодні умови, що склалися у 2010 році. Проте, якщо б підприємство уникнуло даних прорахунків то воно могло б збільшити і урожайність і валовий збір соняшника. Для того, щоб дізнатися на скільки ж можна було б збільшити валовий збір розглянемо наступну таблицю.

Таблиця

Аналіз можливого збільшення валового збору за рахунок дотримання правил виробництва

Показники збільшення валового збору	Проект	2010 р.
1. За рахунок ліквідації втрат урожайності, ц	400,5	х
2. За рахунок виконання плану внесення добрив,ц	15,9	х
3. За рахунок впровадження прогресивних технологій, ц	667,5	х
Всього, ц.	4253,9	3170

З проведених розрахунків можна констатувати, що підприємство могло б додатково отримати валовий збір у розмірі 867,12 ц, якщо б були дотримані всі умови посіву та збирання соняшника. При вчасному збиранні урожаю підприємство могло б отримати додатково 400,5ц., а при достатній кількості внесених добрив 15,9 ц., а за рахунок використання прогресивних технологій, а саме системи машин або сортів культур чи засобів захисту рослин досліджуване підприємство змогло б додати до загального валового збору 667,5 ц. В загальному обсязі підприємство збагатило б величину збору на 867,12 ц., що дало б змогу додатково отримати дохід у сумі 251,5 тис. грн. та загальний прибуток від реалізації соняшника у розмірі 378 тис. грн. А рівень урожайності в цьому випадку склав би 15,9 ц/га, що на 4 ц/га більше ніж у 2010 році.

Таким чином можна зробити висновок, що якщо підприємство бажає отримувати більшу урожайність та обсяги збору йому необхідно більш.

ЗНАЧЕННЯ АНАЛІЗУ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

Гармаш Н.В., студ. 4 курсу ФЕІП спец. «Економіка підприємства»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Ковальова О. М.

Земля в сільському господарстві є основним засобом виробництва. Від того, наскільки раціонально вона використовується, залежить кількість виробленої сільськогосподарської продукції. Щоб отримати стійкі високі врожаї, треба проводити заходи щодо поліпшення використання сільськогосподарських угідь і підвищення їх родючості. Такими заходами, зокрема, є: науково обґрунтоване розміщення сільського господарства по природно-економічних зонах, проведення поглибленої і стійкої спеціалізації сільського господарства із збільшенням виробництва в кожній зоні і кожному районі того виду продукції, для якого природні умови є найсприятливішими і який може забезпечити найбільшу прибутковість. Особливу увагу слід зосередити на проведенні заходів щодо поліпшення лук і пасовищ, меліорації і зрошення площ, очищення лук від чагарників, вапнування кислих ґрунтів, усунення ґрунтової ерозії. Основними завданнями є корінне поліпшення, підвищення родючості меліорованих земель, ліквідація відставання у їх господарському освоєнні, забезпечення високої віддачі продукції, виробленої на зрошуваних і осушених землях.

У кожному господарстві використання наявних земель має бути ефективними. Для цього потрібно проводити глибокий аналіз використання землі. Завданнями такого аналізу є вивчення структури земельних угідь у господарстві та виявлення можливостей для їх подальшого розширення і поліпшення, оцінювання виконання плану проведення робіт з поліпшенням землі та підвищення ефективності здійснення заходів, вивчення та оцінювання узагальнювальних показників використання земельних угідь у господарстві.

За даними річного звіту можна визначити *структуру земельних угідь,* тобто співвідношення окремих видів земель у загальній площі господарства.

Структура земельних угідь не є постійною в господарстві. Вона може змінюватися при розкорчовуванні пнів і чагарників, осушенні заболочених площ, розорюванні цілинних і перелогових земель. Тому, аналізуючи використання земельного фонду і структуру земельних угідь, треба виявити можливості подальшого розширення орних земель, а також плащі лук і пасовищ в умовах даного господарства.

Важливо установити, як змінювалися в господарстві площі меліорованих земель за останні роки, який їх відсоток від загальної площі господарських угідь і якою є частка зрошуваної ріллі в загальній площі зрошуваних сільськогосподарських угідь, а також як у звітному році фактично використовувалися зрошувані землі та яка їх частка в структурі сільськогосподарських угідь. При наявності в господарстві осушених земель слід також визначити їх фактичне використання (чи вся осушена площа сільськогосподарських угідь і ріллі використовувалися у звітному році і який відсоток становить вона від осушеної площі за даними земельного обліку).

Здійснення заходів щодо поліпшення земельних угідь має велике значення. Наприклад, розширення площі орних земель сприяє збільшенню виходу сільськогосподарської продукції, кормової бази, зростанню поголів'я худоби та підвищенню його продуктивності.

У процесі аналізу результатів діяльності господарства за рік перевіряють, чи всі заплановані заходи щодо освоєння і поліпшення земельних угідь проведено і що заважало їх проведенню в передбаченому обсязі. Такий контроль треба здійснювати і протягом року.

Заходи щодо поліпшення земель необхідно проводити за рахунок коштів, виділених на капіталовкладення. У міру завершення робіт дані про фактично осушену площу, площу викорчуваних чагарників, розораних цілинних і перелогових земель документують. Використовуючи ці дані під час аналізу, можна зробити більш конкретні висновки про зміни у використанні земельних угідь та їх причини. Ці дані порівнюють із плановими протягом року.

Узагальнюючими при визначенні економічної ефективності використання земель у господарстві можуть бути такі показники, як обсяг валової продукції сільського господарства у порівняльних цінах, розмір валового і чистого доходу з розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь. Ці показники розглядають у динаміці, а також порівняно з аналогічними показниками інших господарств.

Крім того, при порівняльному аналізі показників землезабезпеченості господарств слід враховувати розходження в методиці розрахунку цих показників, пов'язані з наявним розходженням у складі робочої сили. Велику порівнянність має показник середньорічної чисельності працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві. Використовуючи його, можна визначити кількість умовних гектарів, що припадає на одного середньорічного працівника, зайнятого в сільському господарстві.

Таким чином, провівши детальний аналіз використання земельних угідь можна знайти шляхи підвищення ефективності використання земель та ефективності господарювання в сільському господарстві в цілому.

СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Глуходід Г.Ю., студ. 2 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

За час існування незалежної України, наша держава зіткнулася з багатьма проблемами, однією з яких, став занепад села. Одним із шляхів подолання цієї проблеми є розвиток сільського зеленого туризму.

Ринок сільського туризму знаходиться на етапі становлення, а тому точно визначити кількість людей, що працюють у цій сфері та рівень послуг, що вони надають не можливо, адже дані державної статистики, що до цієї ситуації, відсутні.

Розвиток сільського зеленого туризму позитивним чином впливає на покращення соціально-побутових умов життя селян, а саме: розширення сфери зайнятості сільського населення, можливість отримання додаткового прибутку у вигляді рентної плати, а також від реалізації сільськогосподарської продукції, прокату рибацького та спортивного інвентаря, продажу ремісничих виробів.

Сільський туризм сприяє вихованню національно-патріотичних почуттів, зміні екологічної свідомості соціуму та збереженню народного колориту: звичаїв, традицій, пам'яток архітектури, а також вирішує проблеми регіону, зокрема, подолання масового безробіття, повернення заробітчан до України.

Важливу роль відіграє сільський туризм у підвищенні культурно-освітнього рівня селян. За рахунок спілкування з туристами, - розширюється світогляд сільського жителя, а під час підготовки до прийому гостей, - зростає запас знань з ведення домашнього господарства.

Серед головних переваг сільського туризму у Україні, виділяють: приязність та гостинність місцевого населення, смачне та вітамінізоване харчування, інтер'єр оформлений у національному стилі, порівняно доступні ціни.

На заході України знаходиться більше 70% садиб, що займаються сільським туризмом. У Карпатському регіоні саме заняття цим видом діяльності є одним із основних джерел надходжень доходів населення. Загалом це не великі підприємства, за кількістю працюючих. Майже половина опитаних підприємств вказали, що чисельність їх працюючих не перевищує 5 осіб і таких – 47,8%, а ось 8,7% підприємств, - зазначили у своєму складі від 10 до 20 осіб працюючих; 22,1% - більше 20 осіб.

Обставини, що зумовлюють власників садиб займатися агротуризмом, - це перш за все прагнення отримати більший дохід (80,6% опитаних), можливість використати наявну базу для організації цілодобового проживання туриста (56,1%), підвищення рівня зацікавленості туристами до відпочинку серед сільського колориту (52,0%), можливість збільшити діапазон власних контактів (23,8%), незалежність та свобода особистого вибору (46,8%).

Презентація послуг сільського туризму на ринку відбувається через Всесвітню глобальну мережу Інтернет (65%) та через буклети і каталоги орієнтовані у даному напрямку (35%).

Різновиди розміщення туристів включають в себе гостинні кімнати (42%), облаштовані приміщення (20%), окремі будинки (23%), інші види розміщення (15%).

Організації та підприємства, що займаються агротуризмом у Карпатському регіоні розподілені наступним чином: інформаційні послуги (23,6%), сільський зелений туризм (34,7%), готельний бізнес (33,3%), туристичний бізнес (30,6%), послуги харчування (36,1%).

Значну роль у розвиток тенденцій вносять місцеві громади та громадські організації. Об'єднання власників агротурстичного бізнесу сприяє активізації вирішення загальних проблем членів громади. У 1996 р. моніторинг сільського туризму взяла на себе Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні («Спілка»).

За 15 років діяльності «Спілки» у правове поле був впроваджений термін «сільський зелений туризм», Президентом підписано ряд Указів, прийнято низку законодавчих актів, Кабінетом міністрів України видано масу постанов та розпоряджень, що сприяють розвитку туризму на селі. До того ж вийшло 40 номерів журналу, видано каталог кращих садиб «Українське село запрошує». У травні 2003 р. за сприяння Спілки було прийнято Закон України "Про особисте селянське господарство". З 2009 р. працює Школа сільського зеленого туризму. Осередки та регіональні відділення Спілки діють у більше, ніж 18 областях України.

Члени Спілки досліджували досвід закордонних країн, шляхом стажування та участі у конференціях і обговореннях в США, Франції, Угорщині, Іспанії, Швеції, Польщі, Німеччині, Греції та Австрії.

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні можна вважати одним із пріорітетних шляхів до стимулювання розвитку економіки, подолання економічної кризи, зниження рівня безробіття та збільшення надходжень до місцевих бюджетів, підвищення рівня соціальної захищеності сільського населення, саме тому підприємці та органи державної влади мають вести плідну спільну співпрацю аби створити всі умови для поноцінного розвитку сільського зеленого туризму на теренах України.

ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ СЕКТОР УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Бузова Я.Ю., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

Україна стоїть перед викликом відродити економіку після кризи. У зв'язку з цим і з урахуванням вигідного географічного положення України, її природних багатств, великої кількості різноманітних туристичних зон та історичної спадщини в центрі громадської уваги виявляється індустрія туризму.

До туристичних зон України відносяться горно-лижні курорти: Карпати, Закарпаття, Крим, морські курорти: чорноморське та азовське узбережжя, історичні пам'ятки, ботанічні сади, парки, ліси, річки, озера, санаторії. З січня 2011 року влада України відкрила Чорнобиль для регулярного відвідання туристами розробив спеціальні маршрути екскурсій. На стадії розробки знаходяться державні програми розвитку туризму, вони спрямовані на вирішення таких існуючих в Україні проблем, як відсутність пропаганди рекреаційних можливостей країни на державному рівні та ефективної моделі інвестиційної політики в цій галузі, високі ціни на готельні послуги при їхній низькій якості, надмірний податковий тиск на туристичні підприємства, складні, порівняно із всесвітньо визнаною міжнародною практикою, візові та митні процедури і подібне. З прийняттям програм планується, що в'їзний туристичний потік зросте вже до 9,2 млн. осіб (нині ця цифра 4,4 млн.), а кількість внутрішніх туристів — до 12 млн. (з 6,6 млн.). За підрахунками, обсяги реалізації власних послуг принесуть до українського бюджету 5,5 мільярдів гривень при загальному фінансовому обігові в галузі в розмірі 34 млрд. Україна займає 79 місце в сфері подорожей і туризму серед 124 країн світу.

Плюси розвитку туризму: економічне піднесення туристичних регіонів, додаткові робочі місяця, підвищення зайнятості населення, розширення кругозору туристів, розвиток регіону і країни в цілому.

Проблеми туризму в Україні: відсутність інвестицій в нові види туризму та активного відпочинку, звуження індивідуальних термінів відпочинку з 24 днів до 7-14, скорочення сезону. Майже повне випадання із завантаження здравниць і приватного сектора червня - у всіх відносинах сприятливого часу, випадання з інтересів туристів деяких центрів - Сімферополь, Куйбишеве, Старий Крим, Ангарський перевал, знищення маршрутного пішохідного туризму та системи гірських притулків, руйнування пляжів і берегових споруд, масове знищення зелених насаджень парків і заповідників, масове порушення норм екологічної, сейсмічної, зсувної, штормовий безпеки при новому будівництві та реконструкції баз розміщення, економічна неефективність і відсутність податкової віддачі значної частки здравниць, величезна кількість приватних готелів і пансіонатів, що працюють в "тіні ".

Ситуація у світі - загроза тероризму і стихійні лиха в країнах Південно-Східної Азії, Туреччини і Єгипті, Іспанії, країнах колишньої Югославії сприяє зростанню інтересу до туризму в Україні як туристів, так і інвесторів.

Напрямки вирішення проблем туризму в Україні: створення стратегії напрямків розвитку туризму,вклад коштів у розвиток транспортної інфраструктури, будівництво та реконструкція готелів та інших туристичних об'єктів, підвищення якості послуг та реклами, продаж ліцензій на розкопки, відкрита конкурсна здача в оренду на 10-20 років природних визначних пам'яток і пам'ятників культури забезпечить їх ефективну охорону та економічну віддачу без жодних бюджетних дотацій, створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики в галузі туризму, державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України,

державне сприяння просуванню на міжнародний ринок туристичного продукту України через міждержавні угоди та програми, підготовка кваліфікованих кадрів в сфері туризму, лібералізація прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та державами-членами ЄС, створення безпечних умов для пересування туристів і подорожуючих.

Україна приділяє велику увагу співпраці з Європейським Союзом з питань визначення та реалізації світової туристичної політики, включення України у перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС у сфері туризму. Адже за своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати одним з провідних європейських туристичних центрів.

Туристичне співробітництво України з країнами ЄС здійснюється в рамках українсько-австрійської, українсько-болгарської, українсько-італійської, українсько-латвійської, українсько-литовської, українсько-німецької, українсько-польської, українсько-словацької, українсько-словенської, українсько-угорської, українсько-чеської Робочих груп по туризму. З метою посилення значення туризму як пріоритетної галузі економіки держави внесено пропозиції в частині туризму до проекту Спільної доповіді з оцінки стану виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС.

Реалізація основних напрямів стимулюватиме туристичну діяльність в Україні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни. А це, у свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІ В УКРАЇНІ

Корнієнко Ю.Б., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

Активний розвиток сучасних телекомунікаційних, комп'ютерних технологій привів до розвитку нових суспільних відносин. Перш за все, це надання послуг за допомогою мережі Інтернет. Поряд з наданням послуг виникла необхідність і оплати за ці послуги. Глобальна мережа надала можливість проводити операції купівлі-продажу, замовлення послуг, не виходячи з дому. Швидкість обробки та передачі замовлень відповідно повинні бути підтверджені оплатою. Виникла необхідність у швидких розрахунках. Одним з новітніх засобів платежу революційного значення є електронні гроші.

За підходом Європейського центрального банку від 1998 р., електронні гроші – «грошова вартість, яка зберігається в електронному вигляді на технічному пристрої і може широко використовуватися для здійснення платежів підприємством іншим, ніж емітент, без необхідності використання при цьому банківських рахунків, але яка діє як наперед оплачений інструмент на пред'явника»

"Електронні гроші" у Директиві 2000/46/ЄС розглядаються як замінник монет і банкнот, здебільшого призначений для здійснення платежів в обмежених сумах, та визначаються як грошова вартість, що є вимогою до емітента, яка: зберігається на електронному пристрої; емітується при отриманні грошових коштів на суму не меншу,ніж емітована грошова вартість; приймається як засіб платежу особами, іншими ніж емітент

Сьогодні виділяють два основних види електронних грошей :

- на основі карток (*card-based e-money*);
- на програмній основі (*software-based electronic money*).

Перший, найбільш поширений сьогодні вид електронних грошей представлений інтелектуальними (чіповими) пластиковими картками - смарт-картками (*smart-cards*) або картками зі збереженою вартістю (*srored-value cards, SVC*), в які вбудований чіп, що містить грошовий еквівалент як результат попередньої оплати, токени, кишенькові комп'ютери, смарт-фони. Це те саме, що й наперед оплачені картки (*prepaid cards*) або карткові електронні гаманці (*e-purses*). Зауважимо, що до електронних грошей відносять лише наперед оплачені картки багатоцільового використання (*multipurpose prepaid cards*), які застосовуються держателем для розрахунків не тільки з емітентом, а й з «третьою стороною».

Картки зі збереженою грошовою вартістю, які випускаються телефонними компаніями, операторами мобільного зв'язку, транспортними фірмами, Інтернет–провайдерами й іншими організаціями та підприємствами і які приймаються до оплати виключно їх емітентами, електронних грошей не містять. Інша річ, якщо грошову вартість таких карток починають приймати інші підприємства, як це, наприклад, сьогодні відбувається з картками Управління міського транспорту Нью-Йорку або з картками певних телефонних компаній в Японії.Необхідно зауважити, що смарт-картки можуть використовуватися не тільки як носій електронних грошей, а також як традиційні платіжні картки доступу до банківського рахунку держателя.

Електронні гроші серверних схем представляє собою грошову вартість, яка за допомогою програмного забезпечення зберігається в пам'яті комп'ютерів (серверів), наприклад на жорстких дисках. Розрахунки такими електронними грошима відбуваються з використанням телекомунікаційних мереж, здебільшого відкритої мережі Інтернет.

Системи розрахунків електронними грошима на програмній основі за кількістю та сумою електронних грошей в обігу поступаються тим, що використовують для збереження електронних грошей інтелектуальний (чіповий) картковий носій, але за темпами росту емісії, що спостерігається в останні роки в Європі, такі системи домінують. Схеми обігу електронних грошей серверних схем можуть бути значно складнішими, ніж електронних грошей на основі інтелектуальних карток. Використання мережі Інтернет як середовища обігу дозволяє таким електронним грошам миттєво перетинати кордони держав, легко обмінюватися на електронні гроші інших емітентів і на електронні гроші, номіновані в інших валютах. Зауважимо, що термінологія стосовно видів електронних грошей не є сталою. Особливо це стосується другого виду електронних грошей – на програмній основі, серверних схем. Фахівці весь час прагнуть знайти більш вдалі терміни, які виражатимуть характерні риси цього виду.

Сьогодні найпоширенішою формою електронних грошей в Україні є магнітні пластикові картки (МПК), які успішно виконують певні функції грошей, насамперед як засобу платежу.

Україні, щоб не відстати від сучасних технологій розвинутих країн, необхідно рухатись шляхом розробки і впровадження інтелектуальних (чіпових) пластикових карток (смарт-карток), токенів, кишенькових комп'ютерів, смарт-фонів та сервер-схем для обігу електронних грошей. Ефективність таких носіїв інформації для електронних грошей визнана в світі. Важливо враховувати досвід інших країн, не повторювати їхніх помилок і не впроваджувати застарілі технології (наприклад, пластикові карточки з магнітною стрічкою).

АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Корощенко Н.Р., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

Євроінтеграція України сьогодні є одним з тих питань в житті держави, що хвилюють не тільки чиновників та політиків, але й майже усіх громадян. Прагнення до життя «як у Європі» виникло серед наших співвітчизників ще навіть до проголошення незалежності України, бажання приєднатися до благ Європейського Союзу майже з перших кроків його створення.

Вступ нових країн-членів до ЄС перш за все свідчить про їх політичну репутацію. Ці країни отримують підтвердження високого рівня політичної, економічної, загально цивілізаційної зрілості, розвитку та стабільності . Україна як і будь-яка інша цивілізована країна не може існувати осторонь від світових та європейських господарських процесів, тому ми як держава, що стоїть на позиції ринкової економіки та демократії приречені бути Європейською країною.

На кожному етапі свого розвитку європейське об'єднання зумовлює зміну правових форм інтеграції самих його членів, а також удосконалення правового співробітництва з сусідніми країнами. Процеси інтеграції постійно трансформуються, тому для України постає актуальне питання продовження перспектив Східного партнерства та його вплив на взаємовідносини нашої країни з європейським інтеграційним об'єднанням. Тому аналіз трансформації Європейської політики сусідства у Східне партнерство, дослідження правових передумов укладання угоди про асоціацію між Україною та Євросоюзом стають актуальними та значущими не тільки для доктрини, але й з метою практичного застосування у зовнішньополітичних та економічних відносинах з об'єднанням.

Процес євроінтеграції України почався з моменту проголошення незалежності та передбачає зміни внутрішніх основ та інституційного механізму реалізації інтегрування України до ЄС. Механізм являє собою початковий етап у зближенні законодавств Євросоюзу та України. Договірний механізм співпраці України з Євросоюзом можна назвати "транзитним ". Східне партнерство, у подальшому, де передбачає укладання угод із запропонованими перспективами, отримання частки внутрішнього ринку. ЄС і лібералізації, спрямованої на забезпечення вільного руху товарів,осіб, ринку послуг та капіталу.

Розвиток відносин Євросоюзу з суверенними державами колишнього Радянського Союзу вказує на появу нових шляхів проведення зовнішньої політики Євросоюзу, що має безпосередній вплив на економічні, політичні та правові реформи у цих країнах. Якщо взяти для порівняння стратегію щодо Російської Федерації, то вона в основному торкалася питань встановлення демократії та верховенства права, зміцнення стабільності та безпеки в Європі, натомість Спільна стратегія щодо України зосереджувалася на питаннях підтримки демократичних та економічних перетворень в Україні, включаючи наближення законодавства й можливість вивчення умов створення зони вільної торгівлі між Україною та Євросоюзом. Однак, з аналізу правових засад співпраці Євросоюзу з країнами-сусідами, можна зробити висновок, що форми відносин та інституційні механізми відрізняються один від одного. Рішення інституційного механізму відповідно до угод про партнерство та співробітництво носять рекомендаційний характер. У зв'язку з цим Євросоюз намагався диференціювати ЄПС в залежності від ступеню інтеграції третьої країни. Зараз основним питанням для України постає питання щодо укладання нової базової угоди, яка б сформувала якісно новий інституційний механізми двостороннього співробітництва з Євросоюзом.

У групі економічної співпраці між українською та європейською стороною в ході переговорів було погоджено сфери взаємодії, таких як право компаній, спорт, туризм, управління державними фінансами, політика щодо охорони здоров'я, енергетика, включаючи ядерну, кооперація охорони навколишнього середовища, промислова та підприємницька політика, транскордонна та регіональна політика, освіта, культура, макроекономічна кооперація, соціальна політика, агропромисловий та сільськогосподарський розвиток, транспорт та аудіовізуальна політика тощо. Також було створено положення стосовно включення в текст угоди можливість участі України у програмах Співтовариства та його агентствах.

Виходячи з даного рівня якості співпраці ЄС з Україною, варто зазначити , що від виконання Україною взятих на себе зобов'язань буде залежати її подальше інтегрування в європейський правовий та економічний простір. Майбутня угода допоможе поглибити відносини нашої країни з Євросоюзом у всіх сферах та посилити подальшу економічну інтеграцію України, спираючись на взаємні права та обов'язки. Вона буде основою для подальшого наближення сторін у питаннях зовнішньої політики та питань безпеки, включаючи зміцнення поваги до принципів незалежності, суверенності та територіальної цілісності. Заснування поглибленої зони вільної торгівлі із зобов'язаннями проведення масштабного наближення стандартів України та Євросоюзу буде впливати на поетапне інтегрування України до внутрішнього ринку Європейського Співтовариства. Сьогодні від України очікують значних зрушень, натомість ми маємо докладати зусиль щоб відповідати європейським нормам. Також наша країна повинна зрештою переосмислити соє радянське минуле, відійти від обмежень в культурі, науковій діяльності ті освіти.

СУЧАСНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРАЦІ

Кучкова О.Ф., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А. І.

Соціально-економічні перетворення в країні особливо негативно позначились на розвитку села й сільського господарства. Як наслідок, знизився і так низький рівень привабливості праці у сільськогосподарських підприємствах, що спричинило небажання кваліфікованих кадрів працевлаштовуватись у цій галузі, а, з іншого боку, працюючі у цих підприємствах працівники не могли задовольнити свої матеріальні і нематеріальні потреби. Це негативно позначилось на продуктивності праці, яка у вітчизняному сільському господарстві була і залишається надзвичайно низькою відносно продуктивності праці у розвинутих країнах світу. Навіть за збереження поточних, досить високих темпів зростання показника продуктивності, до 2015 р. він навіть не сягне 50% від аналогічного в Європі. Учені-економісти виділяють чимало чинників, які впливають на продуктивність праці в сільському господарстві: ресурсозатратність, зношеність основних фондів, низький рівень науково-технічного прогресу тощо. Значне відставання продуктивності сільськогосподарської праці пояснюється відсутністю належної уваги до проблем її мотивації.

За останні 100 років світова наука і практика менеджменту суттєво розвинулась у питаннях мотивації персоналу до продуктивної праці. Розроблено чимало інструментів, починаючи від премій, бонусів, детально розроблених систем оцінки ефективності, управління за цілями і завершуючи мотивуючим управлінським спілкуванням та відповідною мотивуючою корпоративною культурою. Відповідно проблеми мотивації займають чільне місце в менеджменті і досліджувались багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Свої роботи проблемам мотивації присвятили О.С. Виханський, Ч. Вудраф, Н.Л. Гавкалов, Г.А. Дмитриенко, А.М. Колот, М.Х. Мескон, І.В. Мішурова, М.І. Мурашко, В.П Сладкевич , Є.О. Уткін та ін.

У найвідоміших теоріях мотивації можна знайти чимало різноманітних класифікаційних чинників, яким надається важлива роль у справі впливу на поведінку найманих працівників. Одні з них, такі як теорія ієрархії потреб А. Маслоу та теорія надбаних потреб Мак-Клелланда, у значній мірі стосуються аналізу чинників, що лежать в основі мотивації; інші, такі, як теорія очікувань К. Левіна, теорія переваг та очікування В. Врума, теорія справедливості Портера-Лоулера, описують результати мотиваційного процесу, однак не пов'язують їх зі змістом мотивів. Спільним для усіх названих та інших класичних теорій мотивації є те, що вони стосуються праці загалом не виділяючи окремо специфіки жодного виду праці.

У сучасних умовах особливо актуальним і дієвим елементом мотиваційного процесу є реальне подолання відчуженості працівників сільськогосподарських підприємств від власності на засоби виробництва, від управління власністю, економічної влади на підприємстві, а також перетворення праці на засіб самозадоволення людини. Важливим чинником підвищення продуктивності праці у сільськогосподарських підприємствах є якісне формування його кадрового складу. Саме тому сьогодні найреальнішим джерелом поновлення кадрів у сільськогосподарських підприємствах є сільська молодь, отже мотиваційні заходи залучення молоді до праці в сільськогосподарських підприємствах мають займати визначальне місце у зовнішній мотивації. Дуже важливим є те, що керівництво держави розуміє проблему, оскільки в Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 року окремий розділ присвячено питанню створення умов для заохочення молоді до роботи і проживання у сільській місцевості.

Механізм мотивації сільськогосподарської праці має охоплювати наступні елементи: політика підвищення рівня привабливості сільського господарства; політика у сфері доходів і соціального захисту працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві; заходи у сфері освіти і професійного навчання персоналу; заходи з професійної орієнтації. Впровадження запропонованих елементів механізму дасть змогу отримати персонал сільськогосподарських підприємств, який буде конкурентоспроможним, готовим до виконання усіх господарських проблем, незважаючи на будь-які зовнішні чи внутрішні виклики.

Таким чином, питання мотивації виробничих відносин мають важливе значення менеджменту аграрних підприємницьких структур. Їх актуальність зростає у реформованих на засадах приватної власності сільськогосподарських підприємствах, які повинні досягати найбільшої ефективності фінансово-господарської діяльності, забезпечуючи підвищення продуктивності праці та економію виробничих ресурсів. Зважаючи на недостатню кількість бажаючих працювати у сільському господарстві кваліфікованих працівників, для більшості аграрних підприємств гостро постає питання підвищення продуктивності праці шляхом застосування нового, найбільш ефективного мотиваційного механізму. Система мотивації сільськогосподарської праці може виявитися ефективною лише за умови, коли пропоновані нею мотиви будуть максимально співпадати з інтересами і мотиваційними пріоритетами працівника, стимули мають бути актуальними, тобто здатними перетворитися в мотив до праці - в іншому разі мотиваційний механізм виявиться недієвим, що негативно вплине на продуктивність праці, а отже і на ефективність виробництва.

ВСТУП УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Обозна В.В., студ. 2 курсу ФМ, спец. «ЛГС»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

З перших днів здобуття Україною незалежності уряд нашої держави здійснює послідовну політику входження в міжнародне співтовариство. І на цьому шляху надзвичайно важливим завданням є формування нового торгівельного режиму, інтегрованого у світовий економічний простір. Світова організація торгівлі (СОТ) є потужною і впливовою міжнародною структурою, здатною виконувати функції міжнародного економічного регулювання. Членство у СОТ стало практично обов'язковою умовою для будь-якої країни, що прагне інтегруватися у світове господарство.

Схвалення ВР України 16 травня 2008 року Закону України "Про ратифікацію протоколу про вступ України до СОТ" завершило більш ніж 14-ти річний процес переговорів про набуття державою членства в Організації.

Вступ до СОТ є дуже суттєвим фактором формування привабливого іміджу України на міжнародній арені, що насамперед впливає на формування ефективного ділового середовища для національних і іноземних компаній, а також на її економічний розвиток, оскільки членство в СОТ є, так би мовити, ознакою надійності, передбачуваності бізнес-середовища країни, її інвестиційного клімату, гарантуватує захист прав інвесторів в Україні.

Членство в СОТ стосується не тільки урядовців і політиків — це важливо для всіх активних учасників економічного процесу: окремих національних підприємств та галузей, власників бізнесу та менеджерів, державних службовців та науковців.

Водночас іноземні компанії у своїх стратегіях трактують Україну насамперед як можливий ринок збуту експорту та з великою пересторогою планують можливі інвестиції у виробництво. Основні інвестиції приходять в оптову торгівлю, а наше виробництво залишається застарілим.

Членство у СОТ дає багато переваг, проте ці переваги не є такими, що виникають автоматично з моменту приєднання до СОТ. Незважаючи на потенційні довгострокові переваги членства, цілком обґрунтованими є і негативні наслідки для окремих економічних суб'єктів.

Із вступом до СОТ держава отримала необхідні передумови, які складають стратегію інтенсивного економічного зростання.

Найбільш суттєвим наслідком для громадян та вітчизняних виробників вступу держави до СОТ є врегулювання питань доступу українських товарів і послуг до ринків країн-членів СОТ та іноземних товарів і послуг - до вітчизняного ринку.

Членство у СОТ суттєво вплинуло на розвиток експорту, а українські експортери отримали додаткові права у торговельних суперечках та використовують механізм СОТ для вирішення питань захисту власних торговельних інтересів.

Загальний аналіз зовнішньоторговельних відносин України свідчить, що вступ держави до СОТ позитивно вплинув на гармонізацію торговельно-орієнтованого законодавства держави з договірно-правовою системою СОТ і сприяв активізації торговельних відносин з країнами-членами Організації.

Основним політичним, а в подальшому - економічним наслідком вступу до СОТ є активізація переговорів з ЄС щодо укладання Угоди про створення зони вільної торгівлі в рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Важливою перевагою набуття Україною членства в СОТ є створення прозорого та передбачуваного бізнес-середовища. Обов'язковою умовою для цього є удосконалення систем стандартизації, сертифікації, застосування санітарних, фітосанітарних заходів та технічних регламентів. Сільське господарство було найважливішою складовою переговорного процесу в рамках вступу України до СОТ.

Аналіз макроекономічних показників аграрного сектору економіки України з метою визначення системних змін у зв'язку із вступом України до СОТ ускладнено розгортанням в Україні з листопада 2008 року світової фінансової кризи та несприятливою ціновою кон'юнктурою на світовому аграрному ринку. Водночас, макроекономічні показники аграрного сектору не можуть виявити системних змін у обсягах імпорту, експорту, надходжень до бюджету та виробництва продукції сільського господарства, які були б виключно пов'язані з вступом України до СОТ. Позитивним є висновок, що загроза погіршення торговельного сальдо у зв'язку із значною лібералізацією доступу до Українського ринку сільськогосподарських товарів виявилась невиправданою.

Членство держави у СОТ стало потужним стимулом реформування торговельного режиму, формування прозорої та передбачуваної регуляторної політики, що сприятиме розвитку вітчизняного підприємництва, у тому числі через вихід на зовнішні ринки.

Членство в СОТ для будь-якої країни є необхідною умовою повноцінної інтеграції у світове господарство. Для України, з обсягом експорту товарів та послуг, який складає близько половини ВВП, вступ до СОТ забезпечив міжнародно-правовий рівень торговельних стосунків з країнами – членами Організації. Україна, за даними Секретаріату СОТ, за обсягами торгівлі займає 33 місце у світовій системі торгівлі.

ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ПРИРОДНОЇ СТИХІЇ ДЛЯ ЯПОНІЇ І ВСЬОГО СВІТУ

Пісна Т.М., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗЕД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

Японія займає друге місце в світі (після США) по економічному розвитку, маючи ВВП близько 4,5 трильйонів доларів і третє місце в світі після США і Китаю по паритету купівельної спроможності. Банківська справа, страхування, нерухомість, роздрібна торгівля, транспортні перевезення і телекомунікації є основними галузями японської економіки. Японія володіє великим виробничим потенціалом і є батьківщиною деяких найбільших і найбільш просунутих з технічної точки зору виробників автомобілів, електронного устаткування, верстатів, сталі і кольорових металів, кораблів, хімікатів, текстилю та їжі. Будівництво довгий час було однією з найбільших галузей японської промисловості, завдяки багатомільярдним державним контрактам в приватному секторі.

11 березня 2011 року руйнівний землетрус спустошив один з найбільших архіпелагів Японії – острів Хонсю. Це сприяло багаточисленним аваріям і вибухам на великих підприємствах: Toyota, Nissan, Sony, під загрозою знаходяться атомні електростанції («Фукусіма-I» і «Фукусіма-II»). Висловлювання глибокого співчуття, пропозиції допомоги чергуються з прогнозами про те, як ситуація в Країні Вранішнього Сонця, яка останнім часом дуже активно допомагала й інвестувала в усіх країнах, зокрема й в Україні, позначиться на світовому господарстві та торгівлі, на фондових ринках Європи, Америки й Азії.

Наслідки: зменшення робочої сили (загинули і пропали безвісти понад 13 тисяч осіб), зниження курсу японської єни (по відношенню до долара на 0,3%), зниження ціни на нафту (Японія є третім у світі імпортером нафти, одначе після закриття багатьох підприємств унаслідок пожеж і аварій, інвестори очікують «охолодження» нафтової лихоманки).

Економічні прогнози: землетрус може коштувати економіці країни від 122 до 235 мільярдів доларів США (від 2,5 до 4 відсотків ВВП); через величезний борг Токіо може втратити довіру інвесторів, що призведе до збільшення вартості обслуговування держборгу і витрат на усунення наслідків землетрусу; Світовий банк відзначає, що землетрус у Японії буде мати наслідки для всієї Східної Азії у напрямках фінанси і торгівля; обсяги торгівлі в короткостроковій перспективі повинні скоротитися, так як Японія є одним зі значних постачальників компонентів для високотехнологічної експортної продукції з інших країн, якщо постачання з Японії через землетрус будуть зірвані, то це вплине на економіку всього регіону.

Фахівці пам'ятають відносно недавній приклад – руйнівний землетрус, подія в 1995г. у Кобе, що на острові Хонсю. Тоді збиток склав близько 100 млрд дол. США. Виходячи з тих заходів, які уряд Японії зробив шістнадцять років тому, можна спробувати спрогнозувати його нинішню поведінку:керівництво країни буде вимушено піти на величезну зовнішню позику; буде створений екстрений фонд для боротьби з наслідками стихійних лих; уряд швидше за все почне продавати облігації держзайму; національний банк Японії у зв'язку з цим закачає в економіку значну кількість живих грошей; банк Японії обов'язково розширить операції на ринку з метою нарощування ліквідності.

Роль Японії в світовій економіці. Основними експортними партнерами Японії є США - 22,8%, ЄС - 14,5%, Китай - 14,3%, Південна Корея - 7,8%, Тайвань - 6,8% і Гонконг - 5,6%. Головні товари на експорт - транспортне устаткування, автомобілі, електроніка, електроустаткування і хімікати. Оскільки природні ресурси країни обмежені, Японія дуже залежить від іноземної сировини і імпортує всілякі товари з-за кордону. Основними партнерами Японії по імпорту є Китай - 20,5%, США - 12%, ЄС - 10,3% Саудівська Аравія - 6,4%, ОАЕ - 5,5%, Австралія - 4,8%, Південна Корея - 4,7%, а також Індонезія - 4,2%. Головні імпортні товари - техніка і устаткування, природне паливо, харчові продукти (особливо яловичина), хімікати, текстиль і промислова сировина. В цілому, основними торгівельними партнерами Японії є Китай і США.

Японія – країна, що живе на вулкані, відтак, система попередження про землетруси і цунамі там особливо розвинена. Проте, навчені гірким досвідом японці не довіряють особливо усім системам. Річ у тому, що часто між підземним поштовхом і «хвилею у бухті» - так з японської перекладається слово цунамі, минає усього кілька хвилин. Навіть півгодини – це уже недостатньо… але в Японії намагаються максимально скоротити час між стихійним лихом і тривожним повідомленням. Традиційно повідомлення про землетруси поширювалося через радіо і телебачення, на вулицях вмикалася сирена. Але є багато людей, які не мають змоги почути ці попередження – тому нова система включила елементи мобільного зв'язку. Насамперед, це канали, що прямо зв'язують екстрені служби з транспортними засобами і стратегічними об'єктами. За нині існуючої системи, усі оператори мобільного зв'язку повинні в обов'язковому порядку зв'язуватися зі своїми абонентами, надсилаючи їм відповідні повідомлення. Оповіщення має бути обов'язковим для машиністів поїздів і капітанів морських суден. Найбільші проблеми виникають у районах, де містять японські атомні електростанції. Досі – і під час цього землетрусу теж – особливих руйнувань на реакторах не фіксувалося. Японці завбачливо запровадили систему автоматичного вимкнення реакторів у разі стихійних лих. Відтак навіть така високорозвинена країна як Японія не змогла протистояти природній стихії.

РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Саливін С.О., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А. І.

Інвестиція - довгострокове вкладення капіталу в сфери активного його використання (підприємництво, виробничі об'єкти, сільське господарство, банківські вклади, акції, облігації).

Пріоритетними зонами для іноземних інвестицій в Україні є:

Західний регіон, де ефективним може бути створення виробництва з використанням місцевих природних ресурсів - сірки, калійної та кухонної солі, вугілля, нафти та газу, а також розвиток мережі оздоровчих курортно-туристичних комплексів.

Донецько-Придніпровський регіон, де необхідно здійснити реконструкцію та технічне переобладнання шахт, металургійних, хімічних виробництв на базі безвідходних, маловідходних та екологічно чистих технологій.

Південний регіон, де найбільш вигідним є проведення реконструкції та технічного переоснащення портового господарства, розвиток виробництва обладнання для харчової та консервної промисловості, розширення мережі оздоровчих курортно-туристичних комплексів.

Основними об'єктами до яких залучаються іноземні інвестиції з дозволу уряду України є - підприємства атомного машинобудування та об'єднання паливно-енергетичного комплексу, у тому числі вугільно-, нафто- та газопереробні підприємства; підприємства залізничного, морського, річкового, авіаційного та автомобільного транспорту загального користування та об'єкти електроенергетики, гідростанції; об'єкти освіти, науки, що фінансуються з державного бюджету; автомобільні дороги загального користування, метрополітени та магістральні лінії електропередачі.

В Україні інвестиції можуть здійснюватись шляхом створення підприємств з пайовою участю іноземного капіталу (спільних підприємств); створення підприємств, цілком належних іноземним інвесторам, їх філіалів; придбання іноземним інвестором у власність підприємств, майнових комплексів, будівель, споруд, паїв участі в підприємствах, акцій, облігацій та інших цінних паперів; придбання прав користування землею та іншими природними ресурсами, а також інших майнових прав; надання позик, кредитів, майна та майнових прав і т. ін.

Основними перешкоди для залучення іноземних інвестицій є нестабільність і величезний обсяг державного регулювання; невизначеність економічного середовища; корупція; сильний податковий тиск; труднощі у визначенні чітких умов одержання права власності; занижені можливі рівні прибутку; труднощі в переговорах з урядовими структурами; нестабільність політичного середовища; обмеженість матеріальної інфраструктури; недосконалість законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення.

За останні одинадцять років Україна залучила прямих іноземних інвестицій на суму $4745,2 млн. Цифра більш ніж скромна — Чехія за цей час одержала більш $20 млрд. Щорічні інвестиції в Польщу складають $4-5 млрд., у той час як в Україну — біля $0,5 млрд.

По обсязі іноземних інвестицій на душу населення Україна поступається навіть Албанії і Казахстану. Згідно даним американської дослідницької організації "Economist Group", Україна по інвестиційній привабливості знаходиться в сьомому десятку країн світу.

За даними офіційної статистики, щорічний приріст надходжень іноземного капіталу в країну складає близько 15%, але це без обліку грошей, вивезених іноземцями назад. Наприклад, у першому півріччі нинішнього року іноземці "упорснули" у нашу економіку $425,5 млн., а вивезли —$186,7 млн. Настільки сумна статистика свідчить, що зі світових інвестиційних засобів наша промисловість поки відщипує жалюгідні крихти.

По обсягах інвестицій в Україну на першому місці знаходяться США, на другому затвердився Кіпр. Однак більшість іноземних експертів вважають, що основним інвестором в економіку України все-таки є Росія, хоча офіційно вона займає п'яте місце.

Особливу увагу необхідно приділяти квартальним та річним звітам. До того ж інформацію необхідно подавати в єдиній формі, написаною грамотно та з якісним перекладом.

Притоку іноземного підприємницького капіталу в Україну заважають і причини здебільшого суб'єктивні. Це - процвітаюче в Україні піратство в галузі інтелектуальної власності, бюрократизм та корупція.

Велику роль в активізації інвестиційної діяльності повинно мати страхування інвестицій від некомерційних ризиків. Важливим кроком у цьому напрямку стане приєднання України до Багатостороннього агентства по гарантіях інвестиціям.

Потенційно Україна може бути однією з провідних країн прикладення прямих та портфельних іноземних інвестицій. Цьому сприяє її величезний внутрішній ринок, порівняно кваліфікована й водночас дешева робоча сила, значний науково-технічний потенціал, великі природні ресурси та наявність інфраструктури, хоч і не надто розвиненої.

ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ МІЖ УКРАЇНОЮ І ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

Сигида Н.О., студ. 2 курсу ФМ, спец. «ЛГС»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

Інтеграція України до Європейського економічного простору, а в перспективі і політична інтеграція до ЄС, є реальним майбутнім української держави. Така перспектива можлива за умов подальших економічних та політичних перетворень в Україні і реальних здобутків цих перетворень на період 2011-2013 рр. В цей період буде розроблятись новий бюджет ЄС (Фінансові перспективи ЄС), у витратній частині якого передбачена стаття витрат на можливе наступне розширення Європейського Союзу. Тому, на даному етапі, Україні варто зосередитись на економічних перетвореннях та їх результатах і подальшій економічній інтеграції до ЄС.

Зона вільної торгівлі — тип міжнародної інтеграції, в рамках якої країни-учасники скасовують митні ставки, податки та збори, та кількісні обмеження для взаємної торгівлі. За кожною країною-учасницею зберігається право на самостійне та незалежне визначення режиму торгівлі по відношенню до третіх країн. Між країнами-учасницями зберігаються митні кордони та пости, які контролюють походження товарів, що перетинають державні кордони. В більшості випадків умови зони вільної торгівлі поширюються на всі товари, крім сільськогосподарської продукції.

Передумови для вступу України в зону вільної торгівлі: ЄС виявляє зацікавленість в зміцненні, збільшенні обсягів та прозорості торговельно-економічних відносин. Після вступу України до СОТ, ЄС має намір запропонувати Україні розпочати переговори щодо створення Зони вільної торгівлі Україна—ЄС. ЄС виявляє зацікавленість до спроможності України (в умовах виконання процедури вступу до СОТ) додатково надати офіційні зобов'язання щодо зняття всіх експортних обмежень для Євросоюзу.

Також Євросоюз сподівається, що Україна усуне усі обмеження свободи транзиту енергоносіїв; починаючи з 2006 року (після першого етапу економічної конвергенції "ЄС-25" та внаслідок покращення бізнес клімату в Україні) збільшується обсяг торгівлі та інвестицій ЄС в українську економіку (відповідно до статистичних показників експорт товарів до країн ЄС склав 6904,4 млн. дол., імпорт – 9594 млн. дол. Порівняно з І півріччям 2008 р. експорт збільшився на 28,7 %, імпорт – на 35,8 %. Негативне сальдо становило 2689,6 млн. дол. (у І півріччі 2008 р. – 1700,6 млн. дол.). Обсяги експортних поставок до країн Європи – 30,6 %. Імпорт з країн Європи – 37,5 %. У порівнянні з січнем-серпнем 2008 р. збільшились обсяги експорту товарів до країн Європи на 22,1 %. У загальному обсязі експорту країни доля ЄС становила 29,9 %, імпорту – 35,1 %).

Перешкоди для вступу України в зону вільної торгівлі: присутність у товарній структурі українського експорту до ЄС переважно сировини та товарів першого ступеню обробки, що не сприяє інноваційному розвитку української економіки.

Вступ до СОТ передбачає зниження імпортних тарифів, ця негативна тенденція може зберегтись та поглибитись; використання в Україні застарілої системи класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД); невиконання Україною умов угоди про оцінку відповідності та прийнятності промислових товарів: передача частини повноважень Держспоживстандарту України (тестування, сертифікація, випробування продукції) безпосередньо виробникам промислової продукції, а також забезпечення сприятливих умови для створення недержавного органу для нагляду за ринком.

Переваги вступу України в зону вільної торгівлі з ЄС: зменшення залежності економіки (бізнесу) від змін політичного клімату, збільшення інвестицій; більш прозоре та передбачуване політичне середовище, стабільність; створення "нових секторів " (високих технологій); зниження цін на товари; підвищення стандартів на продукцію; підвищення конкурентоспроможності національної продукції (довгостроковий період); збільшення експорту на світові ринки; уникнення тарифних та нетарифних обмежень на національну продукцію; вільний доступ до європейських ринків товарів, послуг і капіталу; економічна інтеграція.

Недоліки вступу України в зону вільної торгівлі з ЄС: тривалий період адаптації бізнесу до нових умов; тиск конкуренції; банкротство підприємств, скорочення робочих місць; збільшення витрат українських виробників у короткостроковій перспективі; зменшення сектору сільського господарства; скасування митних тарифів на торгівлю товарами; лібералізація сфери послуг (банки та страхові компанії); часткова втрата російського ринку (можливе формування тіньового ринку у Росії).

Отже, ЄС є одним із найбільших світових ринків, вступ до якого сприяє розвитку економіки. Таким чином інтеграція України до ЄС та формування Зони вільної торгівлі матиме безліч переваг у перспективі, та, на жаль, перехідні періоди для відкриття українських ринків, під час яких бізнес зможе адаптуватися до нових умов, можуть тривати від трьох до п'яти років, що призведе до того, що не всі українські компанії зможуть витримати тиск конкуренції з боку ЄС, що може привести до зникнення компаній.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В КРЕДИТУВАННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Скорик М.А., студ. 2 курсу ФМ, спец. «МЗД»
Науковий керівник: ст. викладач Сухоставець А.І.

Агропромисловий комплекс є важливою складовою частиною економіки України. В ньому виробляється близько третини валового внутрішнього продукту, дві третини товарів народного споживання, зайнято близько 40 відсотків працюючого населення. В умовах поглиблення ринкової трансформації і структурної перебудови аграрного сектора економіки України особливого значення набуває подальший розвиток та удосконалення системи кредитування сільськогосподарських підприємств. Так як однією з причин збитковості та низьких результатів господарювання є недостатність обігових коштів для купівлі високоякісного насіння, мінеральних добрив, засобів захисту рослин і тварин, пального та придбання нової техніки, адже існуюча дуже зношена, фізично та морально застаріла.

Вирішенням питань фінансово-кредитного забезпечення займається широке коло науковців: вчені В.Алексійчук, М.Дем'яненко, П.Лайко та ін. А також вагомий внесок у вивчення та дослідження теоретичних і практичних питань банківського кредитування сільськогосподарських підприємств зробили вітчизняні вчені: М. Берков, О. Василик, П. Гайдуцький, О. Ґудзь, С. Мочерний.

Важливою передумовою активізації банківського кредитування сільськогосподарських товаровиробників є адекватна оцінка ефективності використання банківських кредитних вкладень. Більшість банків уже з достатньо сформованим ставленням щодо аграрного сектору нашої економіки, що знаходиться майже на стадії банкрутства, та намагаються направити кошти в іншу сферу. Це пов'язано з невеликими розмірами кредиту, збитковістю деяких підприємств та, як результат, значним ризиком неповернення коштів.

Вирішенням цієї проблеми є впровадження програми мікрокредитування в Україні (UMLP). Реалізація програми проходить за підтримки TACIS – Програми Європейського Союзу та USAID – Агентства США з Міжнародного Розвитку. З українського боку відповідальним за виконання проекту є Національний банк України. Цілями UMLP є надання коштів мікро- та малим підприємствам, надання технічної підтримки українським банкам в питанні сприяння розвитку зазначених цільових груп та, як результат, створення умов для довготривалого фінансування підприємств на базі українських банків.

Провідну роль в успішній реалізації програми, яка орієнтована на певні цільові групи, відіграє підготовка місцевих кредитних експертів. Завдяки консультативно-технічній допомозі, яка надається TACIS, USAID та німецькою програмою TRANSFORM, в українських банках-учасниках програми засновуються відділи мікрокредитування. Відбір кредитних експертів проводиться банком-партнером спільно з його радником від консультативної фірми. Підготовка нових кредитних експертів на початковому етапі фінансується за рахунок міжнародних донорських організацій і здійснюється, головною мірою, консультантом разом з банком–партнером безпосередньо під час роботи, а також включає в себе певні теоретичні курси.

Ця програма почала діяти ще 1997 році, як допомога малому бізнесу, але зараз є можливість поліпшити стан сільськогосподарських підприємств на основі розробленого банком Приват проекту кредитів «Агро», який може стати новим поштовхом для розвитку аграрного сектору нашої країни. Проект аграрного маркетингу зосереджено на комерційному фермерстві і підвищеному доступу до прибуткових ринків через використання після-врожайних технологій.

Сільськогосподарські підприємства потребують заміни застарілого обладнання та забезпечення підприємств висококваліфікованими працівниками. Цей процес повинен проходити якнайшвидше для подальшого зниження собівартості продукції та отримання нормального прибутку цими підприємствами, що, як результат, вплине на розвиток аграрного сектору в цілому. Отже, на даному етапі сільське господарство знаходиться у збитковому стані через неможливість забезпечення фінансовими ресурсами. Аграрний сектор (сільське господарство, харчова і переробна промисловість) забезпечує продовольчу безпеку та продовольчу незалежність країни. Сільське господарство сприяє розвитку інших галузей, які поставляють засоби виробництва та споживають продукцію сільського господарства як сировину, а також надають транспортні, торговельні та інші послуги.

Згідно державної цільової програми розвитку українського села найгострішими проблемами є відсутність мотивації до праці, бідність, трудова міграція, безробіття, занепад соціальної інфраструктури, поглиблення демографічної кризи та відмирання сіл. Середньорічна заробітна плата в сільському господарстві найнижча серед галузей економіки. Але сучасне сільське господарство не може успішно розвиватися без державної допомоги. Особливо в період економічної кризи, коли гостро відчувається проблема кредитування аграрного сектору. Саме тому існує банківське кредитування за програмою UMLP, яка має розвиватися більш інтенсивним шляхом. Та незважаючи на те, що запровадження державної програми фінансування підтримки АПК через механізм здешевлення кредитів протягом останніх років відчуваються позитивні зрушення у кредитуванні аграрного сектора, багато проблем кредитного забезпечення залишаються невирішеними, що вимагає ефективної політики уряду у цій сфері економіки.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ СЕЛА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Сухоставець А.І., ст. викладач

Визначальним напрямком соціально-економічного розвитку сільської місцевості є стимулювання ефективного функціонування існуючих підприємницьких структур та створення сприятливого середовища для розвитку нових. Виконання вказаного курсу буде сприяти раціональному використанню сільського ресурсного потенціалу, зростанню рівня життя та соціальної захищеності сільського населення, мотивації до ефективної трудової діяльності, підвищення конкурентоздатності сільських підприємств та вихід їх на рівноправне партнерство у світовому економічному співробітництві.

Як метод господарювання в Україні, підприємництво в соціальній сфері села знаходиться на перших етапах свого становлення та має всі передумови для свого розвитку.

Необхідність покращення соціального та економічного стану сільського населення в умовах обмеженості бюджетних коштів на соціальні цілі та неспроможності державних і місцевих органів влади та сільськогосподарських підприємств задовольнити попит сільського населення на соціальні блага, потребує розробки і обґрунтування системи заходів розвитку підприємництва у соціальній сфері села.

Ми визначаємо підприємництво у соціальній сфері села як вид підприємницької діяльності, спрямований на задоволення суспільно-соціальних потреб та надання суспільно-соціальних благ в сільській місцевості, що здійснюється підприємствами різних форм власності і господарювання та окремими фізичними особами (громадянами-підприємцями) з метою одержання підприємницького доходу, базовими властивостями якої є самостійність, систематичність, інноваційність, ризиковість та соціальна відповідальність.

На основі проведених досліджень ми визначаємо соціальне підприємництво як діяльність підприємців в соціальній сфері, доход від якої спрямовується на реалізацію соціальної місії, а також на забезпечення власного розвитку. Таким чином, соціальне підприємництво характеризується як діяльність, яка поєднує досягнення певної соціальної мети (риси неприбуткової організації) та отримання доходу (риси підприємницької структури). Несприятливе соціально-економічне становище у сільській місцевості призвели до зменшення кількості сільського населення, зростання рівня його старіння та смертності.

У кризовому стані знаходиться соціальна сфера села, про це свідчать той факт що за останні двадцять років кількість загальноосвітніх закладів у сільській місцевості зменшилося на 132 одиниці, при цьому кількість учнів скоротилася на 48,6 відсотків. Кількість закладів культури та бібліотек в сільській місцевості зменшилась на 34,9 відсотків. В результаті недостатнього фінансування та кадрового забезпечення погіршило медичне обслуговування сільських жителів.

Дані свідчать про те, що переважну частину витрат сільських жителів складають витрати на споживання, в той час, коли згідно з міжнародними методиками розрахунку рівня життя, там де витрати на харчування становлять на рівні 30-40% - характеризує межу бідності. Таким чином можна констатувати той факт, що переважна частина населення Сумської області знаходиться за межею бідності. В 2008 році тільки 63,8% домогосподарств розташованих в сільській місцевості мали середньодушові витрати вищі прожиткового мінімуму.

Побудова соціальних кластерів є одним з ефективних методів оцінки та побудови розвитку підприємництва в соціальній сфер села та дозволяє оцінити рівень розвитку.

Підсумовуючи проведені розрахунки можна зробити висновок, що розвиток підприємництва в соціальній сфері села залежить від збільшення доходів сільських жителів, на які безпосередньо впливає наявність робочих місць та можливість отримувати підвищені доходи, така ж тенденція має зворотній характер. На сьогодні в Україні розвиток сільського підприємництва стримується обмеженим доступом до фінансових ресурсів на всіх стадіях його діяльності, сучасний фінансовий ринок не задовольняє потреби сільських регіонів. Таким чином, розвиток сільської фінансової системи потребує запровадження нових принципів функціонування, які корінним чином відрізняються від застарілих підходів, в рамках яких основна увага приділялася програмам державного кредитування і контролю відсоткових ставок.

На сьогодні в Україні розвиток сільського підприємництва стримується обмеженим доступом до фінансових ресурсів на всіх стадіях його діяльності, сучасний фінансовий ринок не задовольняє потреби сільських регіонів. Таким чином, розвиток сільської фінансової системи потребує запровадження нових принципів функціонування, які корінним чином відрізняються від застарілих підходів, в рамках яких основна увага приділялася програмам державного кредитування і контролю відсоткових ставок. Програми розвитку сільських фінансових ринків мають зосереджуватися на створенні найкращого середовища для сільського фінансового посередництва. Впровадження механізмів розвитку підприємництва в соціальній сфері села та пріоритетних напрямків дасть можливість на інноваційній основі покращити стан життєвого середовища на сільській території.

ВРАЗЛИВІСТЬ МОЛОДИХ СПЕЦІАЛІСТІВ НА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Товкус А.І., студ. 2 курсу ФМ, спец. «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Науковий керівник: ст.викладач Сухоставець А.І.

Спочатку перед людиною, яка закінчила школу, постає проблема вибору майбутньої професії й навчального закладу, де її навчатимуть. Обравши спеціальність та отримавши статус студента, більшість зітхає з полегшенням, але не все так просто. Наступний вибір – це працевлаштування, тобто пошук робочого середовища, де молодий спеціаліст може застосовувати все те, чого навчився у вищому навчальному закладі, але без практичного досвіду роботи це практично неможливо. Тому на сьогодні проблема безробіття молоді є одним із найбільш актуальних та гострих питань.

Невід'ємною умовою існування та успішного функціонування конкурентоспроможної економіки будь-якої країни є наявність високоякісної, конкурентоспроможної робочої сили. Саме від рівня якісного розвитку робочої сили, її професійно-кваліфікаційного рівня залежить ефективність використання природних, матеріальних, фінансових та самих людських ресурсів.

На сьогодні в Україні кожний третій випускник вищого навчального закладу – безробітний. Молоді спеціалісти досить часто працюють не за фахом, прагнуть виїхати за кордон, а міграційні процеси мають глибокі наслідки, одним з найбільш негативних є втрата висококваліфікованої робочої сили, передусім наукових кадрів. За експертними оцінками, втрати на підготовку одного фахівця з вищою освітою становлять приблизно 20-25 тис. доларів. Це означає, що кожний прибулий кваліфікований трудовий мігрант, частіше всього, це молоді спеціалісти, збагачує країну свого нового перебування на цю суму, збіднюючи на таку суму країну свого походження.

Рівень безробіття серед молоді майже вдвічі вищий, ніж серед працездатного населення загалом. З метою сприяння професійному розвитку молоді, забезпечення гарантії першого робочого місця шляхом реалізації норм Закону України „Про забезпечення молоді, яка отримала вищу або професійно-технічну освіту, першим робочим місцем з наданням дотації роботодавцю" у Державному бюджеті України на 2010 рік на ці цілі передбачено 10 млн грн, що дозволить працевлаштувати понад 2,5 тис. випускників.

Роботодавці, за проведеним опитуванням, бажають відразу мати відданого суперпрофесіонала, який був би готовий працювати за середню зарплату 12 годин на тиждень без вихідних, але традиційно скаржаться на відсутність знань. П'ять років студенти "протирають штани" і нічого не можуть дати керівникові.

На думку роботодавців, випускники українських ВНЗ володіють лише поверхневими знаннями. Копнеш глибше – а там порожньо, доводиться вчити, "руку набивати".

З іншого боку, вимоги роботодавців до майбутніх працівників щороку стають усе жорстокішими. До переліку стандартних вимог на сьогодні входять не лише відмінне навчання, а й досконале знання комп'ютера та принаймні однієї іноземної мови. Випускникам вищих та професійно-технічних навчальних закладів, які не мають професійного досвіду роботи, важко конкурувати на ринку праці з досвідченими фахівцями, коли на одне робоче місце претендує по кілька спеціалістів з досвідом роботи.

Разом з тим на сьогодні в Україні ще не напрацьована цілісна концептуальна модель працевлаштування випускників державних вузів за умов ринкових відносин. Не розв'язані питання щодо прогнозу формування ринку праці, а отже й обґрунтування номенклатури спеціальностей. Вимагає змін і сама система підготовки молодих спеціалістів у вищих навчальних закладах з урахуванням ринкових вимог.

Проблема працевлаштування студентської молоді та випускників вищих навчальних закладів може вирішуватись і слід вирішувати у трикутнику: Влада – Бізнес – ВНЗ. Так, роботодавці (бізнес) визначають, які фахівці їм потрібні і в якій кількості та повідомляють це владі. Влада, в свою чергу, повідомляє керівництву навчальних закладів про те, які спеціалісти потрібні на ринку праці. Освітяни приймають це до відома для збільшення кількості спеціалістів у тій галузі, в якій вони будуть потім потрібні на ринку праці. Після закінчення навчання ці спеціалісти будуть працевлаштовані. Нарешті, керівництво навчальних закладів подає відомості бізнесу про наявність спеціалістів.

Молодь є майбутнім держави, а тому від забезпечення стартових умов її діяльності залежить подальший розвиток нинішнього суспільства, а також майбутніх поколінь.

ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА КОМУНАЛЬНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ

Мірошниченко М.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка і підприємство»
Пізняк Т.І., к.е.н., доцент

В умовах функціонування ринкових відносин значно зростає необхідність об'єктивної оцінки фінансового стану підприємств комунальної форми власності. Це пов'язано з тим, що місцеві органи самоврядування зобов'язані прийняти оптимальне рішення з кожного конкретного підприємства комунальної власності, визначити доцільність виділення коштів місцевого бюджету конкретному підприємству для подальшого його функціонування, а також майнове положення підприємства, його платоспроможність, фінансову стійкість і ступінь ліквідності.

Щоб комплексно оцінити фінансове становище підприємства, необхідно простежити динаміку загальних показників, що якомога повніше характеризують фінансовий стан підприємства.

Позитивну сторону фінансової діяльності підприємства можуть характеризувати такі показники:

- постійна платоспроможність;
- ефективне використання капіталу;
- своєчасне проведення розрахунків;
- наявність стабільних фінансових ресурсів.

Незадовільне фінансове становище підприємства характеризують:

- неефективне розміщення коштів;
- недолік власних оборотних коштів;
- наявність постійної заборгованості по платежах;
- негативні тенденції у виробництві (простої, прогули і т.д.).

Серед усієї сукупності показників фінансового становища підприємства особливе значення мають такі показники, як ліквідність і платоспроможність підприємства.

Ліквідність підприємства означає його можливість швидко продавати активи, а отримані гроші використовувати для оплати своїх зобов'язань. Ліквідність підприємства визначається цілою системою показників (коефіцієнт абсолютної ліквідності, проміжний коефіцієнт покриття, загальний коефіцієнт покриття, коефіцієнт обороту матеріальних запасів і ін.), серед них особливо важливими є співвідношення величини його високоліквідних активів (грошові кошти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості.

Платоспроможність підприємства визначається на підставі звітного балансу. Для цього необхідно порівняти наявність платіжних засобів з терміновими зобов'язаннями, передбаченими платіжним календарем. Для більш глибокого аналізу платоспроможності підприємства використовують цілу систему показників, а саме:

- відношення довгострокової заборгованості до капіталу підприємства;
- відношення коштів, що надійшли, до довгострокової заборгованості;
- відношення суми прибутку до податків;
- відношення чистого прибутку до всієї суми активів та ін.

Велику допомогу у виявленні резервів поліпшення платоспроможності підприємства може надати маркетинговий аналіз по вивченню попиту і пропозиції, ринків збуту і формування на цій основі оптимального асортименту і структури виробництва і реалізації продукції підприємства.

Будучи дуже близькими, поняття ліквідності та платоспроможності не є ідентичними. Відображаючи потенційну платоспроможність ліквідність зорієнтована на перспективу, в той час як платоспроможність характеризує поточний стан підприємства. Чітка визначеність надає можливість різним контрагентам та зацікавленим суб'єктам зосередити свою увагу на тих явищах та процесах, що найбільшою мірою відповідають їхнім інформаційним запитам та надають можливість прийняття раціональних та правильних рішень.

Виділяють три основні проблеми аналізу ліквідності та платоспроможності підприємств – це обмеженість більшості технологій аналізу ліквідності і платоспроможності, особливо в частині факторного аналізу, відсутність загальновизнаного універсального підходу до організації аналізу та його методики.

Низька ліквідність, а отже і платоспроможність підприємства, спричинюється збитковою діяльністю або низьким рівнем рентабельності, оскільки прибуток є головним джерелом збільшення обсягу фінансових ресурсів, а також нераціональним розміщенням фінансових ресурсів. Все це може призвести до банкрутства та ліквідації підприємства.

У залежності від цих умов, кожна держава по-різному вирішує питання створення міжбюджетних відносин. Необхідно враховувати, що вихідні пропорції розділення (розподілу) доходів між рівнями бюджету залежить від таких умов, як вертикальний розподіл податкових повноважень і ступінь нерівності бюджетних доходів на кожного жителя адміністративно-територіальних створень. Цими умовами і визначається потреба в концентрації коштів у бюджеті вищого рівня для здійснення механізму вирівнювання.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОСЛИННИЦТВА

Теличко Ю.І., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка і підприємство»
Пізняк Т.І., к.е.н., доцент

Ефект - це результат тих чи інших заходів, здійснюваних у сільськогосподарському виробництві. Він характеризується збільшенням урожайності сільськогосподарських культур, приростом продуктивності худоби і птиці. Ефективність виробництва як економічна категорія відображує дію об'єктивних економічних законів, яка виявляється в результативності виробництва. Вона є тією формою, в якій реалізується мета суспільного виробництва. Економічна ефективність показує кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці, а також сукупних їх вкладень. Розвиток і зміцнення рослинництва України – важливе державне завдання.

В умовах ринкових відносин зниження собівартості продукції та підвищення рівня рентабельності виробництва досягають за рахунок:

1.самоорганізації ресурсного потенціалу на основі всебічної оцінки використання його в передплановий період та раціонального розміщення, спеціалізації, кооперування і розширення інтеграційних зв'язків;

2.дослідження перспектив збуту продукції поточного асортименту з урахуванням її собівартості та якості;

3.організації самоконтролю, саморегулювання на підставі планово-облікових, розрахунково-договірних та інших діючих на підприємстві цін;

4.поточного аналізу окупності витрат по всіх структурних ланках виробництва і реалізації продукції;

5.освоєння виробництва нових видів продукції на діючих підприємствах, у фермерських, орендних та інших типах господарств;

6.аналізу виробництва всіх видів товарної продукції, з'ясування впливу закону попиту і пропозиції на рівень рентабельності;

7.контролю перспективних і поточних видатків, витрат ресурсів.

Основною умовою виконання теоретичних завдань щодо збільшення виробництва продукції рослинництва є подальше підвищення врожайності сільськогосподарських культур на основі інтенсифікації сільського господарства.

В першу чергу для аналізу економічної ефективності галузі рослинництва необхідно проаналізувати такі основні економічні показники, як вартість валової продукції, валовий доход, визначити прибуток чи збиток, рівень рентабельності та норму прибутку.

Щоб правильно спланувати організацію галузі необхідно визначити обсяг прибутку, який господарство планує отримати в майбутньому. Але при такому плануванні виникає потреба врахування таких факторів як наявність зерносховищ, можливість швидкої реалізації продукції, наявність трудових ресурсів, які забезпечать виробництво товарної продукції, а також забезпеченість основними і оборотними фондами.

Не можливо здійснювати планування прибутковості не знаючи при цьому, яка потреба ринку, його місткість і динаміка цін.

Плануванню врожайності сільськогосподарських культур передує детальний аналіз досягнутого її рівня на підприємстві у передових підприємствах зони, дослідних станціях. При цьому важливо виявити кількісний та якісний вплив на врожайність основних факторів, що її визначають (добрива, попередники, сорти, технології тощо).

При плануванні врожайності сільськогосподарських культур використовують такі основні методи:

1) метод екстраполяції - знаходження наступних рядів динамічного ряду врожайності на основі фактичних її рівнів;

2) метод кореляційно-регресійного аналізу — побудова і дослідження виробничих функцій залежності врожайності сільськогосподарських культур від окремих факторів, які її формують;

3) нормативний методу поєднанні у експертно-оцінним;

4) метод програмування врожайності.

В практиці сільськогосподарських підприємств найчастіше застосовують нормативний метод у поєднанні у експертно-оцінним.

В світі сільське господарство рухалось до прогресу і в світовому землеробстві намітились тенденції до використання нових високопродуктивних сортів і гібридів, вивчення і запровадження елементів технології до розробки і впровадження у виробництво цілісних технологій вирощування сільськогосподарських культур, визначення оптимальних співвідношень між органічними та мінеральними добривами.

Світова практика показує, що ринкова економіка змінює ставлення людини до землі, спонукає її до більш продуктивної праці, підприємництва і конкуренції. Тому перехід до ринкового господарства в системі АПК в сучасний період є об'єктивною необхідністю, яка дає змогу радикально вирішити продовольчу проблему, забезпечити населення продукцією.

ОПТИМІЗАЦІЯ КОРМОВОЇ БАЗИ

Зайцев Д.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Економіка підприємства»
Сапич Н.М., к.е.н., доцент

В останній час скоротилась чисельність поголів'я тварин, знизилась їх продуктивність і, в результаті, значно зменшилось виробництво тваринницької продукції всіх видів. Більше того, виробництво цієї продукції стало майже повсюдно збитковим.

Однією з причин такого занепаду тваринництва є незадовільна кормова база, зокрема спад виробництва власних кормів як основи кормової бази, хоча в цій галузі використовується більше половини площі ріллі або майже 2/3 всієї площі сільськогосподарських угідь. На порядок денний постає питання, якими повинні бути в сучасних умовах розвитку сільськогосподарських підприємств обсяги і структура кормовиробництва, собівартість кормів, щоб основні тваринницькі галузі самі стали високорентабельними і обумовлювали високу рен-табельність господарства в цілому.

Отже найважливішою умовою розвитку та підвищення ефективності тваринництва є створення міцної кормової бази, адже рівень продуктивності тварин на 50-80% визначається їх годівлею. На жаль, виробництво кормів як за кількістю, так і за якістю не відповідає потребам тваринництва майже в усіх аграрних підприємствах. Наслідком є низька ефективність використання кормів, їх перевитрата, висока кормомісткість одиниці продукції.

Галузь кормовиробництва на сьогодні є технічно і технологічно відсталою, потребує наукового обґрунтування та законодавчого забезпечення її розвитку.

Наукова організація кормової бази, тобто її оптимізація, випливає з вимог до наукової організації сільськогосподарського виробництва в цілому і повинна відповідати умовам господарювання та спеціалізації тваринництва, реально забезпечувати баланс між рівнем виробництва кормів належного структурного складу і потребою в них тварин, бути стійкою до впливу несприятливих кліматичних та інших внутрішніх і зовнішніх чинників, а також забезпечувати: нормальну фізіологічну діяльність організму тварин і досягнення максимальної продуктивності; високу продуктивність кормової площі та максимальну економічну ефективність тваринництва.

Кормовиробництво має бути інтенсивним, тобто вирощувати кормові культури і заготовляти корми треба при мінімальних затратах енергетичних і трудових ресурсів, максимальному виході продукції за одиницю часу і на одиницю площі.

Отже, інтенсивні енерго- і ресурсозберігаючі технології є основою вирощування кормових культур, заготівлі кормів і зберігання їх. Доцільно створювати раціональні резерви кормів, оптимізувати кормо виробництво згідно з запропонованими нормативами, виходити на нові ринки, шукати інвесторів, розвивати галузь кормовиробництва.

Організація кормової бази і повноцінної, економічно вигідної годівлі тварин великою мірою залежить від обґрун-тованого планування потреби в кормах, виробництва і використання їх. Поточне планування потреби в кормах і забезпечення ними ґрунтується на перспективному плануванні кормової бази господарства, під якою розуміють кількість, якість та певну структуру кормів, які властиві тій чи іншій галузі тваринництва та статево-віковим групам тварин і надходять з різних джерел: рільництво, природні кормові угіддя, спеціалізовані кормові сівозміни, промислові виробництва. Вона включає науково обґрунтовану систему виробництва і заготівлі кормів, їх зберігання, приготування до згодовування і використання.

Важливим етапом планування кормової бази господарства є забезпечення потреби в кормах за рахунок планування раціональної структури посівних площ і використання природних кормових угідь, а також надходження кормів з інших джерел (відходи промислової переробки сільськогосподарської продукції, її отоварювання, поставки за міжгосподарською кооперацією купів-ля). В абсолютній більшості господарств основним джерелом покриття потреби в кормах є польове кормовиробництво. Тому план кормозабезпечення включає в себе перш за все оцінку економічної ефективності вирощування кормових культур, основними показниками якої є: вихід кормових одиниць з 1 га посіву; якість кормів за виходом протеїну з 1 га посіву і вмістом його в одній кормовій одиниці; собівартість 1 ц кормових одиниць.

Отже основою ефективного розвитку тваринництва в кожному сільськогосподарському підприємстві повинна бути науково обґрунтована стабільна кормова база, основою якої є власне кормовиробництво. Оскільки подальше розширення площ під кормовими культурами є проблематичним, то надзвичайно важливим питанням інтенсифікації кормовиробництва на сучасному етапі є оптимізація структури кормової площі, виробництва і використання кормів.

Одним з важливих резервів оптимізації кормової бази повинен бути повноцінний ринок комбікормів, який мав би забезпечити попит на високоякісну в широкому асортименті та доступну за вартістю продукцію.

Планування кормовиробництва повинно базуватися на забезпеченні балансу виробництва кормів та їх потреби на основі наукових вимог щодо годівлі тварин з врахуванням особливостей вмісту інгредієнтів поживності в раціонах різних видів і груп тварин.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ВСТУПУ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Сорока Ю., студ. 1 курсу ФЕІП, спец. ”Облік і аудит”
Науковий керівник: ст. викладач Капорін В.І.

Здобувши (отримавши) можливість незалежного розвитку Україна робить кроки на шляху до світового економічного простору, щоб бути в ньому гідним та впевненим гравцем. Одним з таких кроків стало приєднання України у 2008 році до Світової організації торгівлі (СОТ).

У світовій торгівлі втілений певний соціальний і культурно – моральний зміст, оскільки люди, завдяки їй вступають у відносини з іншими людьми які відрізняються способом мислення, виробничою, діловою культурою.

Однією з умов досягнення українським суспільством високих стандартів життя є зростання економічного потенціалу, що можливе лише за умови реальної підтримки суспільством входження України у світовий економічний простір, який відбувається шляхом вступу нашої країни до важливих міжнародних організацій, насамперед, Світової організації торгівлі.

Світова організація торгівлі – це міжнародна організація, метою якої є розробка системи правових норм міжнародної торгівлі та контроль за їх дотриманням. Головними цілями СОТ є забезпечення тривалого і стабільного функціонування системи міжнародних торговельних зв’язків, лібералізація міжнародної торгівлі, поступове скасування митних і торговельних обмежень, послідовне проведення справедливої торговельної політики; забезпечення прозорості торговельних процедур України.

З метою більш повного використання можливостей які надає Україні її членство в СОТ наша країна веде переговорний процес щодо створення Зони вільної торгівлі з Європейським співтовариством (ЄС). Головною метою угоди про зону вільної торгівлі проголошено зростання торгівлі та інвестиційних потоків між ЄС і Україною шляхом лібералізації торгівлі та гармонізації регуляторного середовища.

Зазначені події, безумовно, матимуть та вже мають значний вплив на умови господарювання аграріїв України, а створення ЗВТ його тільки посилить тому в нашому суспільстві робляться спроби визначити як окремих верств суспільства оцінюють наслідки вже зроблених кроків (вступ до СОТ) та і тих, які намагаються зробити – угода про зону вільної торгівлі.

Так Інститутом сільського розвитку було проведено соціологічне дослідження на тему «Аналіз суспільної думки щодо впливу вступу України до СОТ на сільську місцевість» Головним результатом дослідження виявилось спростування поширеної у суспільстві думки про неприйняття аграріями вступу України до СОТ. 39% сільгоспвиробників та 51% управлінців відповіли, що Україні треба вступати до СОТ .Загалом 57% респондентів обох категорій висловили незгоду з твердженням, буцімто сільське господарство приречене на занепад після приєднання України до СОТ.

Негативні очікування для населення насамперед пов’язані із збільшенням на ринку кількості іноземних товарів низької якості (72% респондентів), зростанням цін, зменшенням доходів громадян і поширенням безробіття. Ці наслідки можуть бути спричинені втратою вітчизняними сільгоспвиробниками частини внутрішнього ринку внаслідок їхньої низької конкурентноздатності.

Водночас позитивні очікування для сільського населення пов’язані із зростанням оплати праці в сільгосппідприємствах, розширенням можливостей започаткування бізнесу на селі, покращанням умов життя в результаті підтримки сільської місцевості. В цілому для економіки України членство в СОТ повинне принести зростання обсягів іноземних інвестицій в економіку (так вважають 70% респондентів) та в АПК (66%), розширення експорту вітчизняної продукції (55%) та сільгосппродукції зокрема (40%).

Дещо неочікуваним для дослідників виявилося ставлення опитуваних до державної підтримки сільського господарства. Досі вважалося, що аграрії дуже стурбовані обмеженням її рівня в умовах вступу до СОТ. Однак більшість (35%) респондентів впевнена, що зменшення обсягу допомоги насправді не відбудеться.

Експерт пов’язує це або з поганою інформованістю селян про правила світової організації торгівлі, або з тим, що державні субсидії не доходять до більшості сільгосппідприємств. На переговорах із вступу до СОТ українська делегація відстоювала державну підтримку села в розмірі $1,14 млрд., що в 2,5 разу більше нинішньої допомоги. «Якщо ця цифра залишиться, то в найближчі роки обмеження підтримки села буде тільки з боку державного бюджету», — пояснюють експерти.

Хто ж з учасників аграрного ринку виграє від вступу до СОТ? Переважна більшість респондентів називає транснаціональні корпорації та компанії з іноземним капіталом (70%), а також крупних зернотрейдерів і великий бізнес (67%). Найменші виграші очікують особисті селянські господарства (42%), сільськогосподарські підприємства (42%), малі і середні підприємства ринкової інфраструктури (40%), переробні підприємства (31%). Саме цих операторів ринку, держава повинна підтримати на стадії адаптації аграрного сектора до умов СОТ.

ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІЙ КОНТРОЛЮ В ДІЯЛЬНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО АПАРАТУ

Жмайлова О.Г., к.е.н., доцент

Контроль — це обов'язкова функція менеджменту. Його суть полягає в замірах і аналізі проходження та здійснення певних операцій, пов'язаних з реалізацією планів та програм, використанні одержуваної інформації для коригуючих дій.

Контроль є необхідним в силу тих обставин, що на керований об'єкт завжди діють збурювальні фактори (несприятливі погодні умови, несвоєчасна постановка комплектуючих агрегатів, запасних частин, зміна кон'юнктури ринку та ін.) Він здійснюється з метою досягнення узгодженості і синхронізації зусиль виконавців, виявлення суперечливих тенденцій і протиріч у їх діяльності та дотриманням законності при здійсненні господарських операцій, певних правил і регламентів діяльності, а також нормативів витрачання коштів, сировини і матеріалів. Він сприяє збереженню власності, правильному витрачанню ресурсів, дотриманню фінансової, виконавчої і трудової дисципліни.

Державний позавідомчий контроль здійснюється спеціальними органами державного апарату, діяльність яких поширюється на усі галузі підприємництва незалежно від їх відомчої підпорядкованості: Міністерством фінансів, Державною податковою адміністрацією, Міністерством статистики та ін.

В ринкових умовах господарювання особливо зросла роль контролю з боку органів Податкової адміністрації, які забезпечують контроль подання платниками бухгалтерських звітів, балансів, податкових декларацій, розрахунків та інших документів, перевіряють законність валютних операцій і дотримання встановленого порядку розрахунків із споживачами; забезпечують застосування та своєчасність стягнення сум фінансових санкцій; проводять всебічні перевірки фактів приховування і залишення сум податків і платежів; передають правоохоронним органам матеріали про факти порушень, за які передбачено кримінальну відповідальність та ін.

У зв'язку з тим, що мета систем контролю полягає у підвищенні ймовірності досягнення організаційних цілей та стандартів, менеджери використовують системи контролю для того, щоб їх плани діяльності мали успіх. Наприклад, система фінансового контролю допомагає менеджерам слідкувати за фінансовою діяльністю підприємства, тобто виясняти, чи одержує воно прибуток і чи бере багато в борг. Системи бюджетного контролю допомагають менеджерам різних рівнів порівнювати прибутки та витрати, пов'язані з різноманітною підприємницькою діяльністю, з тими, що були заплановані. Системи контролю якості забезпечують менеджерів інформацією.

На практиці застосовують різні форми контролю: журнальну форму контролю виконання постанов, наказів, рішень, вказівок і розпоряджень; ручні або механізовані картотеки та інші засоби збирання, обробки і видачі інформації. Такий спосіб контролю більш продуктивний, він вимагає правильної організації діловодства, що дозволяє забезпечити високу оперативність і надійність в роботі апарату управління. Для цього в кожному підприємстві система організації документаційного процесу повинна відповідати вимогам єдиної державної системи діловодства (ЕДСД), яка встановлює правила, нормативи і рекомендації по веденню діловодства, починаючи з моменту надходження або створення документа і до здачі його в архів.

В підприємствах і об'єднаннях розробляється перелік документів, що підлягають контролю, в перелік яких включають постанови і рішення державних і господарських установ, колективних і колегіальних органів підприємства, накази і письмові розпорядження керівника підприємства, критичні зауваження і пропозиції, що містяться в органах преси, пропозиції, заяви і скарги трудящих та інші документи за вказівкою керівника підприємства.

На документах, що підлягають контролю, проставляється знак "К" або штамп "Контроль" і на кожен з них виписується картка. Ці картки поміщаються у контрольну картотеку, де окремо зберігаються картки на невиконані і виконані документи. Відповідальність за правильне ведення контрольної картотеки найчастіше покладається на секретаря підприємства. На титульній стороні контрольної картки вказується кореспондент, дата і номер документа, його короткий зміст і резолюція керівника. Зворотна сторона картки містить дату передачі документа для виконання, прізвище виконавця та кому доручається робити відмітку про виконання і зняття з контролю.

При вчасному виконанні рішень контрольну картку погашають, а якщо рішення не виконано у визначений строк, то контролюючий погоджує з керівником і виконавцем новий строк, зазначаючи його на зворотному боці контрольної картки. Результати повторного контролю виконання рішення також зазначають у картці.

Контрольні картки можна використати також для здійснення контролю усних вказівок і розпоряджень керівника. З цією метою в картках фіксується зміст найбільш важливих доручень й розпоряджень керівника, вказують виконавця і строки виконання.

Таким чином, завдяки усуненню виявлених недоліків в роботі і об'єктивній оцінці діяльності працівників, ефективний контроль сприяє успішному досягненню цілей організації, породжує почуття впевненості і задоволення роботою у працюючих.

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПОТРЕБИ РИНКУ ТА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Шумкова О.В., к.е.н., доцент

Становлення і розвиток маркетингу на підприємствах України мають свої особливості, які полягають у тому, що вітчизняні підприємства застосовують стратегію маркетингу, яка базується на основі продукції, що випускає підприємство, і тільки після цього визначається попит на неї. На сьогодні можна зустріти те, що багато керівників не приділяють належного значення маркетинговій діяльності й обмежують функції відділу маркетингу, зводячи їх лише до створення реклами та стимулювання збуту. При цьому не беруться до уваги потреби клієнтів, стан ринків та його зміни, не здійснюється маркетинговий аналіз.

Управління маркетингом починається із всебічного аналізу становища фірми. Спочатку здійснюється аналіз цільових ринків, пізніше оцінюються власні сильні та слабкі сторони, оперативні та планові маркетингові заходи з метою визначення найбільш перспективного з них. Тобто, під маркетинговим аналізом ми розуміємо збір інформації про діяльність підприємства, її вивчення за основними напрямами та використання одержаних результатів для вибору стратегії розвитку бізнесу.

Для ефективної діяльності кожна компаній намагається розробити та впровадити в життя маркетинговий комплекс (ціна, товар, збут та просування (так звані «чотири Р»: product, price, place, promotional), який дозволить їй найбільш раціональним способом досягнути економічних успіхів на цільових ринках. З метою формування маркетингової стратегії, планів та заходів їх досягнення необхідно організувати процес управління маркетингом, який складається із чотирьох взаємопов'язаних функцій - аналізу, планування, реалізації і контролю. Маркетинговий аналіз є початковою функцією, яка забезпечує необхідною інформацією всі інші функції управління маркетингом.

Нерідко великі витрати на маркетингову діяльність не забезпечують очікуваних результатів. Це може бути наслідком неефективного аналізу комплексу маркетингу, тобто маркетингу-мікс. Неврахування взаємозв'язків між його елементами та неправильно підібраний комплекс інструментів призводять до нераціонального використання коштів.

У процесі аналізу елементів маркетингу-мікс використовують кількісні і якісні показники, беручи за основу найважливіші і найхарактерніші ознаки (критерії) підприємства, ринку, періоду. Отримана за його результатами інформація має надати цілісне розуміння того, як формується структура маркетингу-мікс і на яких його елементах зосереджується підприємство; наскільки ця структура внутрішньо узгоджена, спрямована на реалізацію цілей; які в неї сильні і слабкі сторони; як і під впливом яких причин вона змінюється; у чому виявляються основні зв'язки між її елементами і яке їх значення тощо.

Напрямки аналізу товару та ціни вимагають розглянути такі показники: асортиментну політику підприємства, рентабельність і прибутковість товару, життєвий цикл товару, загальну динаміку продажу, а також динаміку зміни об'єму продажу по кожному товару окремо.

Метою аналізу збуту є - отримання інформації про середню вартість однієї покупки, частоту їх здійснення, вартість придбаних доповнюючих товарів, суму скидок, «загальну вартість клієнта», що допоможе створити оптимальні канали розподілу товару.

Просування товару є заключним етапом аналізу, суть якого полягає в побудові кореляцій між об'ємами реалізації (виручки) і проведеними заходами щодо просування: рекламними акціями, виставками, дегустаціями, наданням знижок.

Результати маркетингового аналізу можуть використовуватися компанією в наступних основних цілях:

– для розробки маркетингової стратегії підприємства, прийняття рішення щодо її зміни чи коректування;

– при розробці короткострокових планів маркетингової і виробничої діяльності, оцінці їх виконання;

– при прийнятті рішень відносно товарів, товарних груп, цін, окремих клієнтів;

– при оцінці керівником поточного стану справ підприємства.

Таким чином, маркетинговий аналіз глибоко вивчає всі основні фактори, що впливають на стан і розвиток ринку, його сектори у таких напрямках: вивчення місткості ринку, його обсягів; визначення якості товару, його споживчих властивостей, відповідності вимогам ринку; всебічний аналіз споживача, його намірів, мотивацій, потреб і попиту; вивчення основних форм і методів організації збуту і споживання товарів.

На перспективу слід зауважити, що вітчизняним підприємствам слід створювати маркетингові служби, які б здійснювали маркетинговий аналіз, що дасть змогу отримувати інформацію про зовнішнє середовище та внутрішні можливості фірми, допоможе підприємству правильно сформувати маркетингову стратегію, маркетингові плани та організувати ефективні заходи щодо їх досягнення. Це дасть змогу фірмі випустити конкурентоспроможну продукцію, яка користувалася б попитом та отримати високі прибутки.

БРЕНД, ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ДІЇ ТА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ.

Муштай В.А., к.е.н, доцент

Українські виробники використовують різний інструментарій маркетингу для просування своєї продукції: гнучку цінову політику, заходи щодо оптимізації дистрибуції і поліпшення якості продукції, рекламу, PR тощо. Проте ці інструменти маркетингу часто використовуються ними безсистемно. Натомість саме брендинг є тим інструментом, який дає можливість пов'язати в єдину систему увесь комплекс заходів, здатних чинити вплив на дії та поведінку споживачів.

Актуальність побудови брендів в Україні значною мірою зумовлюється і зростанням впливу торгових мереж. Проблема "поставити на полицю" і забезпечити сусідство з іншими торговими марками на ній давно переросла межі корпоративного мерчандайзингу і змушує виробників проводити певну політику зі створення бренду – істотно наповнити торгові марки змістом та значенням для споживачів. Представникам вітчизняних ринків, що спрямовують свої зусилля на стабільну роботу в перспективі, належить пройти наступний шлях, який у спрощеному вигляд являє собою підготовчий етап до впровадження брендингових технологій в діяльність підприємства

В контексті розгляду необхідності використання технологій брендингу варто також пригадати і досвід багатьох дослідницьких організацій, задіяних у проведенні сліпого тестування продукції. Результати такого сліпого тестування, тобто коли учасники дослідження позбавлені можливості бачити назву продукції, яку вони тестують, переконливо засвідчують: якщо проводиться тестування продукції, приблизно однакової за своїми якісними та іншими характеристиками, респонденти першими пригадують широко відомі торгові марки, віддаючи їм перші місця.

Багато діячів ринку тільки декларують наявність у них брендів, використовуючи слово "бренд" як рекламний або іміджевий хід. Незалежно від реальної ситуації виробники, здійснюючи комунікацію зі споживачами та ЗМІ, називають усі свої зареєстровані торгові марки брендами. Намагання виробників надати своїм торговим маркам статусу бренду свідчить про бажання якнайшвидше створити марочний капітал в умовах конкурентного ринку за допомогою спроби скорішого впливу на споживачів, тобто прискорити основні процеси брендингу.

Цілком зрозуміло, що створення та підтримка бренду продукції – це тривалий процес, у межах здійснення якого потрібно не просто виробляти товар високої якості, що вигідно вирізнявся би з поміж товарів-конкурентів. Набагато важливіше забезпечити стійкі позитивні асоціації у свідомості споживачів щодо того, що саме цей товар здатний найкращим чином задовольнити як функціональні потреби – за рахунок базової або функціональної його цінності, так і потреби у підвищенні власного соціального статусу – наприклад, в очах представників референтних груп, тобто вторинні або похідні потреби. У такому разі стає можливим говорити про так званий марочний капітал – додаткову вартість продукту, якої він набуває внаслідок позитивного ставлення до нього з боку представників цільового ринку. Марочний капітал виступає стратегічною метою для багатьох виробників, оскільки у такому випадку можливо також розраховувати і на те, що певний товар зможе, як-то кажуть, продавати себе сам. Інакше кажучи, не потрібно буде вдаватись до агресивних заходів зі стимулювання його збуту та просування на ринку, адже таким чином досягається значна лояльність до нього з боку споживачів.

Сьогодні в Україні для просування нової торгової марки досить провести не надто тривалу рекламну кампанію, навіть без чіткого позиціонування торгової марки і наявності маркетингової стратегії. Однак такий підхід здатний спричинити кілька можливих наслідків.

По-перше, створення нової торгової марки, стає, як правило, короткотерміновим збільшенням обсягів реалізації продукції внаслідок наявності у вітчизняного споживача стійкого переконання: "Новий продукт якісніший за існуючий, бо з часом якість існуючих продуктів зменшується ".Як наслідок, часто підприємства легше переорієнтовуються на виробництво та просування нових марок продукції замість захисту існуючих позицій. Інакше вони змушені будуть вкладати значні кошти в оновлення та посилення захисту своєї продукції, про що треба буде проінформувати цільовий ринок. Разом з тим, у такому випадку бренд виступає одним з тих чинників, які забезпечують стабільність виробництва і реалізації продукції компанії за рахунок існування значних груп лояльних споживачів. І саме через це виробники можуть використовувати постійне піклування про якість продукції та задоволення потреб споживачів як вагомий інструмент корпоративного брендингу. Якщо продукт має середній рівень якості, то відсутність подальшої маркетингової підтримки не дасть можливості створити справжній потужний бренд. По-друге, створення ряду нових торгових марок у межах існуючого асортименту. В такому випадку виробники прагнуть використати усі переваги нового продукту, який виводиться на ринок. Фактично при цьому йдеться про так звані короткотермінові бренди.

Однак, негативний досвід вітчизняних учасників сучасного "жорстокого" ринку ще раз переконливо доводить: створення повноцінного бренду в умовах значної конкуренції на ринку неможливе без систематичної маркетингової підтримки. Продумана стратегія брендингу разом з чітким позиціонуванням продукції, яка ґрунтується на глибокому знанні ринку, а також продумана маркетингова підтримка здатні сформувати справжній бренд, що сприятиме задоволенню потреб споживачів та підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.

ЗАХОДИ ПО ПІДВИЩЕННЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Муштай В.А., к.е.н., доцент
Нагорна Т.А., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»

В умовах переходу до ринкової економки і формування жорстокого конкурентного середовища особливо гостро стає проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників. Для розв'язання цієї проблеми була дана об'єктивна оцінка рівня конкурентоспроможності ДП «Побєда».

Визначення стратегічного потенціалу підприємства ґрунтується на використанні системного підходу до розгляду умов та результатів функціонування підприємства, його ціле визначення. Згідно з цим підходом підприємство розглядається як система ресурсів, які вступають до взаємодії та обумовлюють досягнуті результати.

Основними видами ресурсів, що використовуються, є: технічні ресурси (особливості виробничого обладнання, інвентарю, необхідних матеріалів,інше); технологічні ресурси (динамічність технології, наявність конкурентоспроможних ідей, наукові розробки, інше); кадрові ресурси (кваліфікаційний, демографічний склад робітників, їх спроможність адаптуватися до зміни цілей підприємства); просторові ресурси (характер виробничих приміщень, територій підприємства, комунікації, можливість розширення, інше); ресурси організаційної структури системи управління (характер та гнучкість керуючої системи, швидкість проходження керуючих впливів, інше); інформаційні ресурси (характер інформації про внутрішні можливості підприємства та зовнішнє середовище, можливість її розширення, підвищення ймовірності, інше); фінансові ресурси (стан активів, ліквідність, можливість та обсяги отримання кредитів, інше). Кожний з указаних видів ресурсів являє собою сукупність можливостей функціонування підприємства та досягнення стратегічних цілей його діяльності. Потенційні можливості підприємства при найбільш ефективному використанні ресурсів характеризують стратегічний потенціал підприємства.

Оцінка перспективних можливостей розвитку внутрішнього потенціалу підприємства передбачає проведення наступної роботи: 1 етап – формування системи показників (елементів стратегічного потенціалу), що обумовлюють внутрішні перспективи зростання конкурентного статусу. Перспективи зростання доцільно досліджувати за окремими функціональними сферами діяльності підприємства, насамперед: фінансової, маркетингової, потенціалу трудових ресурсів, менеджменту; 2 етап – оцінка можливостей розвитку окремих елементів стратегічного потенціалу. На другому етапі роботи необхідно експертне оцінити можливості удосконалення окремих напрямків діяльності підприємства; 3 етап – визначення значущості окремих елементів стратегічного потенціалу для розвитку підприємства в цілому.

Після проведення дослідження по даному підприємству було запропоновано використання стратегії сукупних найменших витрат – прагнення досягти мінімуму сукупних витрат у галузі через набір функціональних політик, спрямованих на цю базову мету. Лідерство в цій сфері вимагає наступального створення виробничих потужностей, ефективних за масштабом, енергійного зменшення витрат завдяки досвіду, політики економії та контролю за накладними витратами, уникання граничних купівельних рахунків та мінімізації витрат у сферах, таких як дослідно-конструкторська діяльність, робота торгівельного персоналу тощо. Для досягнення цієї мети необхідна велика частка уваги економістів до контролю за витратами. Низькі витрати в порівнянні з конкурентами стають темою, що проходить через усю стратегію, хоча не можна нехтувати й якістю, сервісом та іншими сферами. Стратегія мінімуму витрат накладає суворі випробування на підприємство, що прагне утримати свої позиції, а це означає реінвестування в сучасне устаткування, рішучу заміну застарілих активів, уникання розширення товарного асортименту та готовність до вдосконалення технології.

Існує певний ступінь ризику введення цієї стратегії на підприємстві: використання стратегії мінімуму витрат шляхом імітації або завдяки їх спроможності інвестувати у відповідні виробничі потужності; нездатність побачити необхідність змін у товарі чи комплексі маркетингу через зосередження уваги на рівні витрат; знецінення витрачених коштів, що послаблює спроможність фірми підтримувати достатню різницю рівня цін, щоб переважити марочний імідж конкурентів або інші підходи до диференціації.

Таким чином можна стверджувати, що підприємство, застосовуючи дану стратегію, має приділяти увагу підвищенню якості продукції, соціально-економічне значення якого полягає в тому, що заходи такого спрямування сприяють формуванню ефективнішої системи господарювання за умови ринкових відносин.

Ефективність підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, що виробляється підприємством полягає передовсім у тому, що високоякісна та конкурентоспроможна продукція завжди повніше й ліпше задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній; підвищення якості продукції, що є специфічною формою виявлення закону економії робочого часу: загальна сума витрат спільної праці на виготовлення і використання продукції більш високої якості істотно зменшуються; конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість підприємства, а також одержання ним максимально можливого прибутку.

РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ ТА РИНКУ ПРАЦІ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ СТРАТЕГІЙ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ

Селезень О.М., ст. викладач

В загальному вигляді наші пропозиції логічно витікають із визначених проблем, які, є з одного боку індикаторами і чинниками бідності, з іншого, представляють ті сфери, удосконалення яких виступає резервом зниження бідності. Ще раз підкреслимо, що ми маємо на увазі: вирівнювання інфраструктури і інституційного забезпечення міських і сільських типів поселень, подальше скорочення термінів і обсягів безробіття, більш рішуче підвищення рівня базових соціальних стандартів, детінізацію трудових відносин, реформування пенсійного забезпечення та забезпечення адресності соціальних допомог і трансфертів. Подальше удосконалення програм діяльності Уряду щодо виконання Стратегії подолання бідності необхідно здійснювати через чітку стратифікацію населення відносно провідних джерел формування їх бідності

В якості критеріїв категоризації населення ми пропонуємо виділити різні причини соціальної уразливості на ринку праці:

- бідність зайнятого населення в працездатному віці;
- бідність безробітних та зневірених
- бідність людей старше працездатного віку й непрацездатних (інвалідів)
- бідність молоді
- бідність сільського населення
- бідність неформально зайнятого населення

Крім того, необхідно відмовитися від погляду на підвищення заробітної плати як виключну причину інфляції, а досягнення конкурентоспроможності перестати пов'язувати із знеціненням вартості робочої сили. Досвід розвинених країн чітко демонструє, що основними осередками викривлення структури цін є монополізація та незбалансованість ринкових позицій контрагентів.

Для цього необхідно внести зміни в податковий і статистичний облік, а також в систему оподаткування, які б стимулювали підприємців до збільшення частки оплати праці в складі доходу підприємств, стимулювали модернізацію технологій та техніки, виводили б з тіні трудові відносини. Ми враховуємо, що даний напрям збільшить витрати підприємств на робочу силу і можливо на першому етапі реформ знизить їх прибутковість. Виправданням цього, на наш погляд, стане зростання стратегічної конкурентоспроможності, яка дозволить не тільки компенсувати поточні витрати, а й забезпечити економічний розвиток і нове місце України в світовому поділу праці.

В межах цієї ідеології змін вважаємо корисним мінімальну ставку погодинної оплати плати визначити як динамічний регулятор продуктивності і конкурентоспроможності, а не як соціальний стандарт. За допомогою його галузевої та регіональної диференціації подолати диспропорцій у міжпосадових та міжгалузевих співвідношеннях оплати праці працівників бюджетної сфери з поступовим підвищенням її розмірів.

Окремими перспективним напрямом вважаємо розширення прозорості і доступності корпоративних відносин для найманих працівників і фізичних осіб підприємців. Альтернативою суспільної диференціації населення на неперехрещувані страти є спільна участь усього населення у процесах поширення корпоративного володіння багатствами нації як через перерозподільні державні механізми так і збалансованість компенсації праці і капіталу так і канали спільних прав власності. В цьому напрямку необхідно розвивати захисну інфраструктуру мінори тарних акціонерів, колективні і недержавні спільні фонди підтримки, розширювати недержавні форми страхування.

Крім того вважаємо доцільним:

- поширення видів і підвищення цільового призначення соціального страхування;
- сприяння розвитку і державних гарантій безпеки недержавного страхування різних аспектів трудового життя;
- з урахуванням болісності різкого переходу до монетизації адресної соціальної допомоги і соціальних послуг забезпечити перехідне впровадження квазімонетарних інструментів;
- збільшити соціальний захист непрацездатних громадян, осіб з обмеженими фізичними можливостями та зневірених;
- посилити соціальну підтримку сімей з дітьми і дітей, позбавлених батьківської опіки;
- поширити соціальну підтримку на нові категорій населення, визначення яких диктується необхідністю вирівнювання трудових можливостей і переговорних позицій найменш конкурентоспроможних контингентів;
- поліпшити і забезпечити доступність інфраструктури трудової і професійної мобільності, а також інфраструктури підтримки якості праці та життя (безпека життя і праці, медицина, освіта, безпека харчування і побутового використання товарів і матеріалів).

ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Муштай В.А., к.е.н., доцент
Васильєв Р.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»

Будь-яка посередницька діяльність ведеться підприємцями для отримання прибутку. І хоча посередники беруть за свої послуги винагороду, їх залучення дає виробникам, продавцям і покупцям товарів і послуг такі безспірні переваги: по-перше - посередники, діючи в певному секторі ринку і спеціалізуючись на певному наборі товарів і послуг, швидше, ніж самі виробники, можуть знайти підприємство, зацікавлене в придбанні певної продукції, забезпечуючи прискорення оборотності виробничого і торгового капіталу; по-друге - постійно перебуваючи в ринковому середовищі, вивчаючи динаміку попиту і пропозиції на товари і послуги, посередники можуть завчасно зорієнтувати виробників, в якому напрямку вони повинні розвивати виробництво продукції і послуг, тобто посередники практично здійснюють безперервний маркетинговий моніторинг ринку; по-третє - посередники вкладають в сферу обігу власний капітал, тобто авансують виробників товарів і послуг, створюючи їм умови для збільшення прибутку за рахунок економії оборотності виробничого капіталу; по-четверте - посередники нерідко беруть на себе фінансові гарантії виконання платіжних та інших зобов'язань сторін, підвищуючи надійність товарного обміну, кооперації, орендно-лізингових операцій тощо; по-п'яте - за бажанням продавців, покупців та інших учасників ринку посередники можуть сприяти організації транспортування вантажів, їх розмитнення і страхування; по-шосте - посередники підвищують конкурентоспроможність товарів, скорочуючи терміни постачання товарів через їх продаж із створених складів запасу продукції; по-сьоме - посередники підвищують конкурентоспроможність товарів на технічному рівні і якості, здійснюючи передпродажну доробку товарів та їх технічне обслуговування в гарантійний і після гарантійний період; по-восьме - посередники сприяють підвищенню ефективності реклами товарів, яку вони здійснюють із урахуванням національних та інших особливостей ринку; по-дев'яте - спеціалізуючись на роботі з певним набором товарів, посередники здатні за рахунок значних обсягів товарообігу зменшити витрати обігу на одиницю продукції.

В умовах стабілізованої цивілізованої економіки діє ринковий закон, який полягає в тому, що продавці і покупці товарів і послуг звертаються до посередників тільки якщо виплачувана посередникам винагорода нижча, ніж можливі витрати продавців і покупців при самостійній організації ними збуту чи закупівлі необхідних товарів і послуг.

Основними функціями посередників є:

- вивчення кон'юнктури товарних і регіональних ринків. Для успішної роботи посередники постійно вивчають кон'юнктуру на різних ринках;
- надання торгових послуг, тобто продаж товарів безпосередньо кінцевим споживачам;
- забезпечення інформацією про ринок. Вважається, що посередники є ідеальним джерелом корисної для виробників інформації про стан ринку, зокрема інформації про попит на товари;
- підтримка в просуванні товарів і стимулюванні збуту. Посередники часто допомагають виробникам, рекламуючи їх товари для збільшення власного обсягу продажів;
- відбір, стандартизація і розфасування товарів. Посередники подрібнюють великі партії, що надходять від виробників, на придатніші для продажу частини, розфасовують в дрібне упакування, сортують продукцію за якістю і призначенням;
- зберігання товарів на складах. Більшість посередників створюють і підтримують запаси товарів, які вони купують у виробників, щоб через деякий час продати їх іншим посередникам або кінцевим споживачам;
- доставка товарів до місць продажу. Створюючи запаси товарів в окремих і доступних для споживання місцях, посередники можуть пришвидшити доставку товарів. Деякі посередники беруть на себе зобов'язання і транспортно-експедиційного обслуговування;
- розподіл ризиків. Передаючи товари посередникам, виробники отримують можливість уникнути ризику, пов'язаного зі стихійними лихами, крадіжками, псуванням і старінням товарів;
- фінансування виробників. Іноді посередницькі фірми, більші, ніж їх постачальники, можуть надавати останнім кредити;
- полегшення купівлі. Посередники звільняють кінцевих споживачів від деяких турбот, пов'язаних із купівлею. Зосереджуючи різноманітні товари в одному місці, вони зберігають людям сили і засоби, які затрачаються на пошуки кожного з необхідних їм товарів.

Отже, в числі фірм, підприємств і організацій учасників риночного товарного обороту, особливе місце відводиться товарно-посередницькій діяльності, яка являється важливим провідником товарної, фінансової і інвестиційної політики. Раціонально організована товарно-посередницька діяльність сприяє оптимізації виробничої і комерційної діяльності, розширенню її масштабів, підвищенню ефективності на основі комплексних ринкових досліджень, вивчення факторів ризику по всій їхній сукупності.

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Барановська А.С., к.е.н., доцент

Пріоритетною сферою діяльності управлінської служби підприємства є досягнення сталого економічного розвитку в умовах нестійкої кон'юктури ринку. Економічний розвиток оцінюється за кількісними і якісними параметрами, а діалектика зміни цих параметрів не має детермінованої мотивації. Тобто, не будь-яке кількісне зростання формує нову якість економічного середовища, і не кожна якість економічних змін має чіткий кількісний вимір. Це стосується, насамперед, приросту економічного потенціалу, мінімізації витрат, інвестиційної активності та інших результатів діяльності, які залежать від якості внутрішнього і зовнішнього економічного середовища підприємств.

Визначальною для підприємств є якість економічного зростання, критерієм якої є фінансова стійкість і платоспроможність при досягненні конкурентоспроможності використання виробничих ресурсів і капіталу.

Аналіз якості економічного зростання можна провести за системою узагальнюючих і часткових показників. Узагальнюючими слід вважати показники, що характеризують ступінь окупності (оборотності) активів і капіталу. До них можна віднести:

- коефіцієнт оборотності власного капіталу;
- коефіцієнт оборотності оборотних активів (мобільних активів, виробничих запасів, готової продукції, дебіторської заборгованості);
- строк окупності реальних інвестицій;
- величина дивідендів на акціонерний капітал.

Частковими в оцінках якості економічного зростання підприємств слід вважати показники:

- інтенсивність використання виробничих ресурсів;
- рентабельності активів, витрат і капіталу;
- технічного рівня виробництва;
- умов праці і її оплати та інші.

Якість економічного зростання підприємств у зовнішньому середовищі може бути оцінена за показниками:

- іміджу підприємств та їх ділової репутації;
- соціальної активності;
- природоохоронної активності.

Аналіз якості економічного зростання підприємств дає можливість оцінити:

- фінансовий стан підприємства;
- майновий стан підприємства;
- ступінь підприємницького ризику (можливість погашення зобов'язаностей перед третіми особами);
- достатність капіталу для текучої діяльності та довгострокових інвестицій;
- необхідність додаткових джерел фінансування ;
- здатність до збільшення капіталу;
- раціональність використання займомних ресурсів;
- ефективність діяльності підприємства.

Складності в проведенні аналітичної роботи підприємства є :

- відсутні достовірні та співставні аналітичні дані за попередні періоди по галузям, тощо;
- на підприємстві не вистачає спеціалістів, здатних глибоко робити аналіз;
- курівники недооцінюють важливість управління внутрішніми фінансовими ресурсами, сподіваючись в основному на надходження грошових коштів від зовнішніх інвесторів;
- для більшої частини підприємства отримання прибутку є високим пріоритетом діяльності на словах, але не у справі;
- нестабільність зовнішнього середовища підприємств (податкова система, законодавство), тощо;
- українська система бухгалтерського обліку має відмінність від міжнародної у тому, що ускладнює використання багатьох існуючих ефективних діагностичних методик.

Якість економічного зростання значною мірою лімітується нестабільністю ринкового реформування; непрозорістю; недемократичністю; корумпованістю в управлінні; розбалансованістю стратегії і тактики бізнесу; неякісним виробничо-фінансовим менеджментом; станом ділового партнерства тощо.

Слід зауважити, що у вітчизняній практиці немає єдиного підходу до оцінки якості економічних змін у діяльності підприємств, особливо за їх тактичними та стратегічними намірами. Внаслідок цього часто отримують фінансову допомогу, різноманітні пільги, протекцію ті господарюючі суб'єкти, які не працюють на розквіт національної економіки, а реалізують свої приватні інтереси.

Тому слід забезпечити науковий моніторинг економічного розвитку підприємств за державними критеріями цивілізованого поступу.

СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Галенін Р.В., к.е.н., доцент

В умовах постійного розвитку ринкового середовища та окремих його компонентів, появи нових ринків товарів і сегментів споживачів, нових потреб і запитів, при крайньому загостренні конкуренції, для виживання підприємству іноді доводиться працювати з новою продукцією на нових ринках

Ринкова система господарювання, яка формується в Україні, обумовлює зміну форм та методів управління економікою підприємства, вимагає нових підходів до визначення місця та ролі підприємства в розвитку суспільного виробництва.

В перехідний період виникають і отримують розвиток принципово нові організаційно-правові форми господарювання, змінюється система економічних відносин з державою, власниками, господарськими партнерами, працівниками.

Суть сучасного маркетингу – вивчення потреб покупців, розробка товарів, що спрямовані на задоволення цих потреб і одержання максимально можливого доходу за рахунок реалізації цих товарів. Товар, таким чином, є центральною ланкою маркетингу. Нові товари, що знайшли визнання з боку покупців, забезпечують перевагу перед конкурентами, що дозволяє знизити інтенсивність цінової конкуренції, з яким зв'язаний збут старих товарів.

Найважливішою складовою комплексу маркетингової діяльності є товар або послуга. Зважена і послідовна товарна політика промислового підприємства складає добру основу на ринку, задовольняючи потреби споживачів і надаючи переваги перед конкурентами.

Купівельна цінність товару тим більша, чим краще він задовольняє якісні вимоги, що були визначені в результаті вивчення потреб покупців та інших характеристик, які впливають на попит. Споживча вартість товару складається з усієї сукупності властивостей, пов'язаних як із самим товаром, так і з супутніми йому компонентами. Скажімо, гарний дизайн легкового автомобіля при його незадовільному технічному обслуговуванні не рятує цей товар від "провалу" на ринку.

Важливою умовою успіху товару взагалі є його проектування з чіткою орієнтацією на визначену, раніше виявлену цільову групу потенційних покупців. Вона може бути вузьким сегментом (наприклад, діти якоїсь країни у віці 10-14 років) або широким сегментом (західноєвропейський ринок малогабаритних легкових автомобілів). Головне, про що необхідно пам'ятати виробнику, продумуючи товарну номенклатуру, - це орієнтація на потреби конкретних, а не середньостатистичних покупців.

Однозначні рекомендації щодо того, яким повинен бути товарний асортимент і товарна номенклатура, дати важко, однак можна виділити певні закономірності. Широкий і глибокий асортимент продукції, яка орієнтована на запити різних груп споживачів, збільшує адаптаційні можливості підприємства до змін ситуації на ринку і зменшує ризик нереалізації продукції, однак у цій ситуації значно ускладнюється організація виробництва і збуту, а також система управління підприємством. При цьому простішим і менш ризикованим для товаровиробника є збільшення глибини асортименту, ніж його розширення, пов'язаного з розробкою нових товарних ліній

Позитивний імідж є важливим фактором успішної діяльності в різних сферах підприємництва і найчастіше забезпечується з допомогою високої якості продукції, стійкості фінансового стану фірми і відповідної реклами. Дійовим засобом створення позитивного іміджу є : розвиток інформаційних зв'язків фірми з різними верствами населення, органами місцевого самоврядування, засобами масової інформації; сертифікація; презентації. Посиленню позитивного іміджу фірми також сприяють правильно сплановані та ефективно проведені презентації товару. З їх допомогою є можливість показати товар споживачам у дії, якнайповніше інформувати їх про властивості, переваги та особливості продукту. Форми цієї рекламної акції (дегустація, розіграш призів, демонстрування виробів) вибираються виходячи із особливостей товару, який потрібно рекламувати

У центрі стратегії розвитку будь-якого підприємства лежать цілі розширення, диверсифікації чи інновації. В умовах швидких змін маркетингового середовища підприємство-виробник повинно постійно оцінювати структуру своєї діяльності, приймаючи рішення щодо закінчення випуску продукції, її вчасну модифікацію чи заміну новою. Ці рішення дуже важливі для виживання підприємства та утримання ним конкурентних переваг

Формування позитивного іміджу продукції підприємства можна досягти за рахунок посилення контролю за якістю виробництва, підкріплення її сертифікатом відповідності, формування науково-технічних програм забезпечення якості продукції; створення і розміщення реклами в газеті, в Інтернеті, на радіо; користуватися прямою почтовою рекламою – відсилати рекламні повідомлення на адресу відповідних споживачів продукції чи можливих ділових партнерів – запропоновано рекламну кампанію; створення передпродажного та після продажного обслуговування клієнтів.

Створення якісного товару за прийнятної ціни та вдало організованої системи розподілу, комунікаційної політики у наш час створює умови для ефективної діяльності підприємства, його розвитку, дозволить збільшити обсяги збуту, формувати позитивний імідж продукції та підприємства в цілому, утримувати конкурентні позиції на ринку впродовж тривалого часу, сформувати прихильність до його продукції широкого кола приватних замовників, дилерів – потенційних споживачів.

МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Лишенко М.О., к.е.н., доцент

Поглиблення економічних реформ в Україні переконує в тому, що багато з яких негативних наслідків становлення ринкових відносин були б подолані чи проявились би не так гостро в разі теоретичних обґрунтувань етапів, шляхів і форм кардинальних зрушень як в економічній системі країни в цілому, так і в діяльності кожного окремого підприємства зокрема. Відсутність таких розробок зумовлює непродумані дії підприємств щодо ведення своєї фінансово-господарської діяльності, їх непослідовність, суперечливість. Тому, особливої актуальності набуває проблема розробки комплексного підходу до управління фінансовими показниками діяльності підприємства.

Подоланню проблем фінансово-господарської діяльності та управління фінансовим станом буде сприяти введення в практику і забезпечення дієвості механізму комплексного управління фінансовими показниками діяльності підприємств. При цьому одним з головних завдань є підвищення точності, гнучкості та оперативності управління ними. Для подальшого удосконалення управління фінансовими показниками діяльності підприємств першим кроком має стати зміна інформаційної бази. Поліпшення фінансового стану припускають вироблення рекомендацій, що стосуються всіх сторін виробництва - господарської діяльності підприємства, включаючи виробничу, маркетингову, і власне фінансову підсистему. Реорганізація всіх сторін діяльності підприємств припускає: серйозну постановку маркетингової діяльності підприємства по глибокому і всебічному дослідженню ринків збуту по видах продукції, просування зазначених товарів на ринку; постановку фінансової функції як в операційної, інвестиційної, так і власне фінансової діяльності з використання сучасних методик керування фінансами; ліквідації всіх технологічних недоліків; пристосування до потреб ринку; керування оборотними активами і поточними зобов'язаннями підприємства. Одним із факторів, що негативно впливає на фінансовий стан підприємства є високий рівень невиправданої дебіторської заборгованості. Тому доцільно здійснити рефінансування дебіторської заборгованості як форма реструктуризації активів, що полягає в перетворення дебіторської заборгованості в інші ліквідні форми оборотних активів – грошові кошти, короткострокові фінансові вкладення. Важливим резервом покращення платоспроможності є погашення такої заборгованості і залучення таким чином коштів в оборот.

Ще одним важливим напрямком у виявленні резервів відновлення платоспроможності є зменшення вихідних грошових через зниження собівартості та витрат, джерелом покриття яких є прибуток. Зниження собівартості продукції можна здійснити через збільшення обсягів виробництва, зменшення витрат, які не належать до собівартості продукції, підвищення технічного рівня виробництва, покращення організації виробництва. Перш за все варто знизити витрати на інвестиції. Вони належать до витрат, які фінансуються за рахунок чистого прибутку. Зменшення таких витрат є важливим резервом підвищення платоспроможності підприємства. У рамках заходів щодо зменшення вихідних грошових потоків слід також переглянути інші витрати підприємства, які не відносять на рахунок собівартості продукції, а здійснюють за рахунок прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства після здійснення платежів до бюджету. До таких витрат належать: штрафи за порушення господарських договорів із суб'єктами господарювання; штрафи за несвоєчасне подання в податкову адміністрацію потрібних розрахунків та за затримку перерахування коштів до бюджету; проценти за прострочені банківські позики. Зменшення вказаних витрат є суттєвим резервом поліпшення платоспроможності підприємства. Але варто відзначити, що мета підвищення платоспроможності є досягнутою, якщо в результаті прискорених темпів економічного розвитку підприємство забезпечується відповідним зростанням його ринкової вартості у довгостроковій перспективі. Ще одним напрямом з покращення фінансового стану є його прогнозування, оскільки, щоб грамотно керувати виробництвом, активно впливати на формування показників господарської фінансової діяльності, необхідно постійно використовувати дані про його стан, а також зміни, які в ньому проходять.

Тобто, загалом можна сказати, що підприємство у своїй діяльності на перспективу повинно орієнтуватися на таку політику по покращенню фінансового стану і підвищення рівня фінансової стійкості. В залежності від змісту запропонованих заходів, спрямованих на поліпшення фінансово-господарського стану підприємства, можливі різні кінцеві результати від їх впровадження: зростання продуктивності праці, обсягів виробництва і прибутку внаслідок повнішого завантаження виробничих потужностей; збільшення обсягів реалізації і прибутку внаслідок прискоренні обертання оборотних коштів, кращого їх використання; збільшення випуску традиційної продукції і прибутку внаслідок розширення виробничих потужностей, додаткових капітальних вкладень, залучення позикових коштів; збільшення прибутку від впровадження заходів, спрямованих на зниження собівартості продукції;- збільшення прибутку внаслідок зростання випуску вже освоєно конкурентоспроможної продукції; покращення результатів діяльності внаслідок поліпшення структури власних і позичених коштів, підвищення ліквідності, більш раціонального використання коштів і т. ін.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Нечипоренко В.В., к.с.-г.н., доцент

Маркетинг в аграрній сфері є складною системою, що вимагає регулювання і управління. Сільськогосподарське підприємство не належить до самозабезпечуючих, і тому між ним і навколишнім маркетинговим середовищем відбувається постійний обмін ресурсами і інформацією. Сам факт його існування і подальше виживання залежать від впливу навколишнього середовища. Щоб продовжити своє функціонування, сільськогосподарське підприємство вимушене, з одного боку, пристосовуватися до змін у зовнішньому маркетинговому середовищі, а з іншого - впливати на нього через свої можливості.

Система агро маркетингу включає комплекс найбільш істотних ринкових відносин і інформаційних потоків, які пов'язують сільськогосподарське підприємство з ринками збуту її товарів.

Ці дві системи (зовнішня і внутрішня) сполучено декількома потоками. Фірма налагоджує зв'язки з ринком і елементами його маркетингового середовища, направляє на нього інформацію, продукцію сільськогосподарського виробництва і послуги, а в обмін отримує гроші і інформацію, сировину, послуги і т.д. Система взаємодії підприємства сільського господарства із зовнішнім маркетинговим середовищем може бути розповсюджена і на некомерційну діяльність

Аграрний маркетинг відрізняється від інших видів маркетингу (промислового, комерційного, банківського і інших) особливостями сільського господарства: залежністю результатів від природних факторів, роллю і значенням товару, різноманітністю форм власності, неспівпадінням робочого періоду і періоду виробництва, сезонністю виробництва, різноманіттям організаційних форм господарювання, зовнішньоекономічними зв'язками, участю державних органів у розвитку АПК і його галузей. Природні і економічні процеси в агробізнесі інтегруються і утворюють особливі умови для виробництва і організації маркетингу:

1. Служба маркетингу в аграрній сфері має справу з товаром першої життєвої необхідності, отже, необхідно своєчасно, в потрібному об'ємі і асортименті, з урахуванням віку, статі, національних традицій, стану здоров'я споживачів задовольняти їх потреби і інтереси. Товар, як правило, швидкопсувний, тому потрібна оперативність постачання, доцільна упаковка, сервісне і естетичне обслуговування.

2. Неспівпадіння робочого періоду і періоду виробництва. Так, продукцію рослинництва отримують один - два рази на рік, а робочий період триває цілий рік. У зв'язку з цим фахівці з маркетингу повинні уміти спрогнозувати попит споживачів, добре знати тенденцію його задоволення, ринкову кон'юнктуру і т. ін., бо від цього залежить ефективність агромаркетингу. Крім того, така особливість сільськогосподарського виробництва, як сезонність, впливає на форми і методи агромаркетингу, що відрізняє його від форм і методів промислового маркетингу.

3. Виробництво сільськогосподарських продуктів взаємозв'язане і визначається основним засобом і предметом виробництва - землею, її якістю і інтенсивністю використання. Існує також тісний зв'язок використання землі з розвитком галузей тваринництва. Все це визначає об'єм, асортимент і якість продукції, додає агромаркетингу певну специфіку в процесі його організації і проведення.

4. Різноманіття форм власності в системі АПК. Це визначає багатоаспектну конкуренцію, яка залежить тільки від попиту споживачів і рівнем та можливостями його задоволення. Звідси різноманітність стратегій і тактик, прагнення до вдосконалення форм і методів агромаркетингу, пристосування до потреб і інтересів споживачів. Положення ускладнюється ще і тим, що до України поступає багато продуктів харчування з-за кордону, тому вітчизняне маркетингове забезпечення повинне успішно конкурувати із зарубіжними фірмами.

5. Вища сприйнятливість, адаптивність, самоорганізація і самоврядування системи агромаркетингу в порівнянні з іншими видами маркетингу, що пояснюється особливостями попиту споживача, гострою конкуренцією на ринку сільськогосподарської продукції із-за ідентичності товарів, необхідністю швидкого пристосування системи маркетингу до державних і інших рішень унаслідок різноманіття конкурентних організаційно-правових форм.

6. Нижчий рівень науки і мистецтва маркетингової діяльності в АПК в порівнянні з іншими областями, оскільки до теперішнього часу не сформувалася наука про агромаркетинг і, отже, відсутні науково обгрунтовані рекомендації по його здійсненню.

Отже, у сільськогосподарських і агропромислових формуваннях маркетингова діяльність може бути ефективною за умови, якщо нею займаються всі працівники апарату управління, а сприяють їй всі працівники сфери виробництва. Якщо маркетинг признається як концепція управління, частина принципово важливих управлінських функцій делегується службі маркетингу, яка ухвалює наступні рішення: визначення цілей агромаркетинга, вибір цільових ринків, розробка комплексу маркетингу, контроль маркетингової діяльності.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИЧИХ ВІДНОСИН СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Макаренко Н.О., ст. викладач

Функціонування колективних форм організації праці на основі приватної власності може бути ефективним лише за умови якісного оновлення системи внутрішньогосподарських виробничих відносин, впровадження такого механізму їх дії, який дав би змогу відновити ефективну систему організації виробництва й управління, дисципліну й порядок. В цьому напрямі особливого значення набуває розробка організаційно-економічних механізмів забезпечення прибутковості різних організаційно-правових форм. Серед них одним із шляхів є посилення впливу внутрішньогосподарських важелів на кінцеві результати роботи сільськогосподарських підприємств. При цьому підприємство слід розглядати як цілісний об'єкт, який залучає вихідні ресурси у виробництво та перетворює їх у продукцію. Модель підприємства відображає залежність результатів виробництва від витрачених чинників, розміру та співвідношення цих чинників, а поведінка підприємства визначається обсягом і структурою ресурсів, що залучаються, та продукцією, що виробляється.

Метою удосконалення внутрішньогосподарських виробничих відносин є: створення умов для розкриття потенціалу трудових колективів, висунення на керівні ролі найактивніших підприємливих людей; налагодження системи стимулювання працівників господарства до раціонального використання ресурсів, підвищення продуктивності праці, добросовісного виконання покладених на них обов'язків; налагодження ефективної взаємодії між підрозділами господарства, ефективного постачання їх ресурсами, що повинно забезпечити виробництво продукції в обсягах, необхідних для виконання укладених договорів і прийнятих зобов'язань; підвищення рівня соціального захисту пенсіонерів. Звідси, виникає необхідність розвитку відносин власності на засоби виробництва, що дало б змогу відродити в селян почуття реального господаря.

Ефективну форму економічних взаємовідносин у ринкових умовах господарювання може створити тільки реальний ринок, де продукт праці кожного реалізується як товар відповідно до вимог ринкового механізму. Враховувати інтереси всіх учасників виробництва можна тільки через ринкові відносини всіх підрозділів, які вироблену продукцію будуть реалізовувати самостійно, що позитивно впливатиме на кінцевий результат виробництва. Ефективність переходу до ринкових методів господарювання значною мірою залежить від дотримання принципів господарського розрахунку на рівні підрозділів. Тобто, кожне сільськогосподарське підприємство здійснює свою виробничо-фінансову діяльність не ізольовано, а в постійних зв'язках зі своїми внутрішньогосподарськими підрозділами. Організаційно-правові форми, які функціонують в даний час у аграрному секторі є конкурентоспроможними, але потребують докорінного реформування виробничих відносин, підвищення самостійності внутрішньогосподарських формувань та розширення видів їх діяльності.

Реформування системи внутрішньогосподарських виробничих відносин може здійснюватись різними способами. Вибір конкретної моделі залежить від багатьох обставин: наявності енергійних і компетентних людей серед керівництва господарства, обізнаності селян з реальними можливостями, які відкриваються при тих чи інших формах господарювання, спеціалізації підприємства, його організаційної структури, складу трудового колективу та частки серед членів господарства пенсіонерів, загального фінансово-економічного стану господарства, розвитку в регіоні фермерства тощо. Визначальними рисами кожної з них є: а) форма реалізації прав власників майна і землі (селян-пайовиків) та організація системи управління підприємства; б) специфіка відносин між структурними підрозділами, яка повинна поєднуватися з системою відповідальності кожного трудового колективу і окремого виконавця за результатами їх праці. Звідси, все залежить від правильної структуризації підприємства. В цьому випадку, технологічні підрозділи об'єднуються і стають товарним підрозділом ринкового типу, правда не всі підрозділи і не відразу можна структурувати таким чином. Реалізовувати це необхідно виважено і поетапно у міру їх готовності. Функціонування сільськогосподарського підприємства з колективною формою організації праці передбачає наявність у його складі підрозділів, створених за професійною ознакою і виробничою спеціалізацією. Розвиток внутрішньогосподарських відносин передбачає вдосконалення системи взаєморозрахунків між структурними елементами господарства. Основу таких взаємозв'язків складає порядок планування виробничої діяльності підрозділу, механізм відносин між підрозділами і адміністрацією господарства, обміну ресурсами й виробленою продукцією, система розрахунків за користування ресурсами.

Різниця між надходженнями і видатками складає госпрозрахунковий доход трудового колективу, який розподіляється ним самостійно. Оплата праці членів підрозділу прямо пов'язана з обсягом і якістю виробленої продукції і наданих послуг, витратністю виробництва. Адміністрація господарства несе відповідальність за забезпечення підрозділів необхідними матеріально-технічними ресурсами, дотримання установленого порядку розподілу продукції, госпрозрахункового доходу. Збитки підрозділу не списуються, а залишаються на його особовому рахунку, що є підставою для адміністрації господарства підняти питання щодо реформування підрозділу чи заміну його керівництва, який працює неефективно.

ЩОДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Слюсарева Л.В., к.е.н., доцент

Визначення ефективності маркетингової діяльності має важливе значення як на етапі розробки і прийняття маркетингових рішень, так і при оцінці кінцевих результатів ринкової діяльності підприємства.

Як показують проведені дослідження, переважна більшість керівників сільськогосподарських підприємств розуміють необхідність використання маркетингових принципів в процесі ринкової трансформації. Але в основному маркетинг використовується не як цілісна система управління виробничо-збутової діяльності, а у вигляді окремих маркетингових заходів, які спрпямовані на досягнення конкретних ринкових цілей. Це пов'язано з нестачею фахівців в даній сфері, дефіцитом засобів, недостатнім досвідом ринкової діяльності. Тому, питання оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств за умови невизначеності і нестійкого ринкового середовища, яке тільки формується, є актуальним, особливо для сільськогосподарських підприємств.

Для оцінки ефективності маркетингової діяльності використовують групу показників, які відображають результативність застосування обраної маркетингової концепції за елементами комплексу маркетингу, з урахуванням соціальної спрямованості. Дані показники аналізують в цілому по підприємству та його окремих структурних підрозділах, за сегментами споживачів, територіями, каналами збуту, продуктами. Крім того, можна проводити порівняльну оцінку ефективності маркетингової діяльності підприємства та його конкурентів (в цілому по всій діяльності на всіх ринках або відносно окремих ринків).

До економічних критеріїв ефективності, за сукупністю яких можна оцінити маркетингову діяльність сільськогосподарського підприємства, слід віднести: показник ефективності товарної політики; показник ефективності цінової політики; показник ефективності збутової політики; показник ефективності комунікаційної політики. В перших двох показниках позитивним є збільшення результату від обраної політики, що приходиться на одиницю витрат, що обумовлюють цей результат, тобто значення цих критеріїв ефективності повинне прямувати до максимуму. А в інших критеріях, де показник витрат відносять до показника результату, навпаки – до мінімуму.

Показником, який дає змогу оцінити ефективність товарної політики сільськогосподарського підприємствах та масштаби його діяльності є індекс товарообігу, який визначається шляхом співвідношення обсягу товарообігу у звітному періоді до базисного.

Від правильного вибору цінової політики підприємства залежить обсяг реалізованої продукції, тобто виручка від реалізації продукції, робіт і послуг. Найбільш об'єктивно, на нашу думку, відображає позицію сільськогосподарського підприємства на ринку показник частка ринку, який визначається як відношення обсягу продажу через підприємство до обсягу продажу на ринку в цілому, або до збуту галузевого лідера, або до збуту декількох головних конкурентів .

Ефективність збутової політики підприємства залежить від досконалої організації збутової мережі, зокрема методів та каналів розподілу, системи руху товарів. За показник виміру результату від збутової стратегії слід використовувати індекс витрат на збут, який визначається як співвідношення витрат на збут у звітному і базисному (попередньому) роках.

Для отримання більш точної оцінки маркетингової діяльності доцільно проаналізувати ефективність застосування комунікаційних засобів, зокрема реклами. Тому для характеристики ефективності та раціональності здійснених витрат пропонуємо розраховувати коефіцієнт окупності маркетингових витрат, який показує обсяг товарної продукції на 1 грн. маркетингових витрат. Позитивним вважається збільшення даного показника. Відношення даних показників у звітному і базисному (попередньому) роках носить назву індекса окупності маркетингових витрат.

Для більш глибокого аналізу і визначення ефективності маркетингової діяльності підприємств необхідно розраховувати й наступні показники, згруповані по основних елементах комплексу маркетингу: товар (показники асортименту, рівень якості продукції, якість упаковки, частка нових товарів, конкурентоспроможність продукції); ціна (ціна одиниці продукції порівняно з конкурентами, показник еластичності попиту, гнучкість цінової політики); розподіл (обсяг реалізації за різними каналами збуту, кількість укладених угод); просування (коефіцієнт ефективності витрат на рекламу, коефіцієнт ефективності витрат на стимулювання і пропаганду збуту). Проте, внаслідок відсутності вихідних даних в обслуговуючих кооперативах дані показники не можливо було розрахувати.

Загалом, оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства може здійснюватись в кінці року, коли відомі фінансові результати його діяльності. Необхідність проведення такої оцінки виникає при розробці плану маркетингу, виявленні причин невиконання поставлених завдань, пошуку резервів підвищення ефективності роботи підприємств, визначенні маркетингової стратегії. Це надасть можливість визначити сильні і слабкі сторони збутової та постачальницької діяльності і сконцентрувати всі зусилля на напрямках, які є найбільш перспективними і вигідними.

Таким чином, запропонована методика може бути застосована для самооцінки маркетингової діяльності будь яким підприємством.

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Макарова В.В., асистент

В сучасних умовах одним з напрямів оптимізації інформаційної системи забезпечення процесу прийняття управлінських рішень та підвищення ефективності використання земельних ресурсів сільськогосподарських підприємств є застосування кластерної моделі організації виробництва.Серед переваг функціонування кластерів основними є оптимізація та ефективне використання всіх ресурсів підприємства, більш швидка адаптація його економічного механізму функціонування до ринкових умов господарювання, підвищення платоспроможності підприємства та конкурентоспроможності його продукції, активізація інвестиційно-інноваційної діяльності тощо. Важливо підкреслити, що кластер об'єднує підприємства не тільки в плані випуску кінцевої продукції, а й у географічному аспекті. Концепція кластерів є досить перспективною для застосування в умовах ринкової економіки України. Завдяки кластерному підходу на рівні окремого регіону стає можливою міжсекторна співпраця, оскільки ініціаторами та активними учасниками її виступають місцеві органи влади. Завдяки поширенню та постійному обміну інформацією стають можливими взаємовигідні бізнесові контакти в регіоні, поширюється кооперація між різногалузевими підприємницькими структурами.

В результаті кластерного аналізу 15 сільськогосподарських підприємств нами було отримано чотири кластери (табл.) До кластеру 1 увійшли чотири підприємства - ТОВ «Хлібодар», ТОВ АФ «Родючість», ТОВ АФ «Лан», ТОВ «Арго», до кластеру 2 чотири підприємства - ПСП «Надія», ФГ «Мрія-СК», СТОВ «Ранок», СЗАТ «Україна», до кластеру 3 всього 2 підприємства - ТОВ «Хлібороб» та ПП «Тарасівка-99», та до кластеру 4 п'ять підприємств - ЗАТ «Сад», СТОВ ім. Шевченка, СФГ «Урожай», СТОВ «Вікторія» та ТОВ АФ «Псьол». Порівняльна характеристика кожного кластера в розрізі показників представлена в табл.1

Таблиця 1

Порівняльні характеристики кластерів с.-г. підприємствСумської області за 2009 рік

Показники	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
Площа сільськогосподарських угідь, га	2565,5	1999	3587,5	5585,4
Виробництво валової продукції на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	154,6	97,7	88,7	278,4
Матеріально-грошові витрати в рослинництві, тис. грн.	4643,8	2076,8	5143,3	11385,9
Кількість працівників, зайнятих в рослинництві, чол.	51	47	42	122
Розораність сільськогосподарських угідь, %	99,4	87,5	100,0	92,8
Державна підтримка на 100 га с.-г. угідь, грн/га	974,5	84,0	316,4	1090,1
Орендна плата, тис. грн.	474,6	250,7	1253,3	743,1
Вартість основних виробничих фондів на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	199,2	88,9	5,5	203,0
Прибуток на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	62,9	-13,4	-200,2	116,3
Кількість підприємств	4	4	2	5

Проведені дослідження показали, що особливої уваги заслуговує кластер 4. Підприємства саме цього кластеру досягли за досліджуваний період найкращих результатів діяльності. Підтвердженням цього є те, що у розпорядженні підприємств кластеру 4 знаходиться найбільша площа земельних угідь (5585,4 га), чисельність працівників (122 чол.) і вони забезпечені основними виробничими фондами (203,0 тис. грн.). Поряд з найвищим рівнем матеріально-грошових витрат в порівнянні з іншими кластерами (11385,9 тис. грн.) підприємства кластеру 4 мають найвищу продуктивність земель (278,4 тис. грн.), обсяги державної підтримки (в основному за рахунок повернення державою ПДВ 1090,1 тис. грн.) та суму прибутку на 100 га сільськогосподарських угідь, що склала 116,3 тис. грн.

Сформовані кластери сільськогосподарських підприємств є основою для вибору напрямів регулювання земельних відносин. Завдяки створенню кластерів буде досягнуто взаємну координацію і підтримку роботи їх учасників, що сприятиме підвищенню діяльності ефективності кожного окремого сільськогосподарського підприємства через зміцнення матеріально-технічної бази, забезпечення зростання продуктивності земель, раціональне використання та охорону земель, розробку і впровадження механізму економічного стимулювання за раціональне використання земельних ресурсів. Така взаємодія між підприємствами в кінцевому результаті забезпечить не тільки ефективне використання земельних ресурсів, а й підвищення прибутковості сільськогосподарських підприємств, оптимізацію інформаційної системи забезпечення процесу прийняття управлінських рішень.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Лопа С.А., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Слюсарєва Л.В.

Загострення конкуренції на світових ринках диктує необхідність впровадження логістики в практичну діяльність підприємств. Логістика розглядається як сукупність різноманітних видів діяльності, метою яких є одержання з найменшими витратами необхідної кількості продукції у встановлений час та у встановленому місці, а також включає вантажно – розвантажувальні операції, зберігання і транспортування товарів, а також необхідні інформаційні процеси.

Значна частина процесів логістичної діяльності торговельного підприємства передбачає необхідність взаємодії даного підприємства з іншими учасниками логістичного ланцюга та виконання в процесі такої взаємодії комплексу логістичних операцій з зовнішніми, матеріальними, інформаційними, фінансовими потоками, що потребує високого рівня їх узгодженості та координації з постачальниками та споживачами (одержувачами) тих чи інших матеріальних ресурсів або товарів.

За сутністю логістики метою управлінню потоком є досягнення ним кінцевої точки за заданих умов. Методи управління логістики ґрунтуються на дії закону вартості, принципах менеджменту та маркетингу, а також пов'язуються функціонуванням товаропровідної інфраструктури: складським господарством, комунікаціями. За сутністю логістики метою управлінню потоком є досягнення ним кінцевої точки за заданих умов. Методи управління логістики ґрунтуються на дії закону вартості, принципах менеджменту та маркетингу, а також пов'язуються функціонуванням товаропровідної інфраструктури: складським господарством, комунікаціями.

Логістика є центром координації дій усіх складових реального процесу обігу. З точки зору логістики для здійснення матеріально-технічного постачання необхідно не тільки встановлювати господарські зв'язки, знайти постачальника, підписати договір поставки, а й організувати безпосередньо доставку продукції, простежити за її відвантаженням та шляхом руху — аж до надходження до місця споживання, а також здійснити розрахунки з усіма учасниками процесу — продавцем, транспортом, базою, посередниками. При цьому вкрай важливою є організація виробництва, збуту, закупівель, зберігання і транспортування як єдиного цілого. Відправною точкою такої організації є безперервне обслуговування динаміки попиту, з урахуванням якої визначають параметри плану складових елементів логістичної системи.

Такий план має бути достатньо гнучким. Можливість «гнучкого» реагування на коливання попиту закладена в самому плані завдяки варіантності його розробки. Додатковий чинник гнучкості - цілеспрямоване створення резервних виробничих потужностей, які завантажуються згідно з попередньо розробленими резервними планами системи матеріально-технічного постачання підприємства. Окремі елементи логістики (методи вирішення транспортна задачі, визначення оптимального розміру запасів) добре відомі економічній теорії і використовувалися на практиці. Однак логістика розглядає їх у взаємозв'язку та залежності, тобто логістику є не чим іншим, як застосуванням теорії систем в галузі формування оптимальних матеріальних потоків.

Побудова логістичних моделей базується на аналізі маркетингової інформації. Спеціалісти з логістики за даними про потреби клієнтів розробляють оптимальний графік розподілу та доставки готової продукції, схему проміжного її зберігання. У маркетинг-логістиці має бути досягнуто оптимального співвідношення в задоволенні суперечливих вимог (відділу маркетингу, виробничих, транспортних, складських підрозділів).

Завдання логістики полягає у тому, щоб організувати процеси переміщення, які у сукупності були б оптимальними для даної сфери і логістичної системи в цілому. Розрізняють загальні та підпорядковані - локальні завдання логістики. Для виконання загального завдання необхідно забезпечити з найменшими витратами максимальну пристосованість фірм до мінливої ринкової ситуації, збільшення їх частки товару на ринку та переваги перед конкурентами. Серед загальних завдань логістики основним є створення ефективної інтегрованої системи регулювання матеріальних та інформаційних потоків і контролю за ними, що, на нашу думку, забезпечить високу якість постачання продукції. З цим завданням тісно пов'язані такі проблеми, як забезпечення взаємної відповідності матеріальних та інформаційних потоків, контроль матеріального потоку та передача даних до єдиного центру, визначення стратегії і технології фізичного переміщення товарів, розробка способів управління операціями їх руху.

Прикладом локального завдання логістики є оптимізація виробничих запасів та максимальне скорочення часу зберігання і транспортування вантажів. Недостатній зв'язок концепції логістики з активною ринковою стратегією часто призводить до того, що сама по собі закупівля сировини, напівфабрикатів, комплектуючих стає мотивом для початку випуску тієї чи іншої продукції без належного попиту на неї. Однак у нинішній ринковій ситуації такий підхід до випуску продукції може призвести до комерційного провалу. Орієнтація на мінімізацію витрат, безперечно, необхідна, але за оптимального рівня поєднання витрат і рентабельності основного та оборотного капіталу, задіяного в межах ринкової стратегії.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УРОЖАЙНОСТІ ЗЕРНОВИХ ТА ЗЕРНОБОБОВИХ

Кобилкін Д.О., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Івченко Н.М., ст. викладач

Отримання найбільш високих показників ефективності виробництва передбачає попереднє визначення пріоритетних видів продукції, які користуються внутрішнім та зовнішнім попитом.

Що стосується зовнішнього ринку, то, на думку експертів, у період з 2006 до 2015 року на насіння соняшнику попит збільшиться на 19% і становитиме 37 млн. тонн, на насіння ріпаку - 21% до 63 млн. тонн, на пшеницю - на 11%. на ячмінь - на 6%. на рис - на 6% .

На внутрішньому ж ринку Сумської області попит на зерно був задоволений лише на 68,4 %.

Таким чином, ситуація на внутрішньому ринку для сільськогосподарських підприємств Сумської області є сприятливою і для збільшення виробництва зерна немає ніяких обмежень, що дає змогу суттєво знизити її собівартість за рахунок зменшення питомої ваги постійних витрат. Але ще більші можливості полягають у зниженні на одиницю продукції змінних витрат за рахунок реалізації потенційної урожайності зернових культур.

Тим не менше можливості підвищення урожайності зернових на даний час обмежені і обумовлені від'ємним балансом поживних речовин, оскільки навіть при урожайності зернових 21,2, соняшнику 9,5, цукрового буряка 216 ц/га, винос поживних речовин значно перевищує їх внесення з мінеральними та органічними добривами. В цілому ж на гектарі посівної площі товарних культур дефіцит поживних речовин складає 93 кг/га.

Але це не єдина причина зниження продуктивності ріллі. Обмеженість органічних добрив викликає дефіцит гумусу, оскільки практично під всі культури внесення органічних добрив є недостатнім. Дефіцит його коливається від 2,76 по зернових до 8,12 ц/га під цукровим буряком. В середньому ж в розрахунку на 1 га посівів дефіцит складає 3,1ц /га.

Таким чином, дефіцит поживних речовин та гумусу не дозволяє реалізувати навіть потенційну продуктивність ріллі, але ж потенційна урожайність районованих сортів сільськогосподарських культур є набагато вищою. По даних Сумської сортовипробувальної станції потенційна урожайність зернових коливається в межах 60-66 ц/га/

В економічно розвинутих країнах підвищення урожайності сільськогосподарських культур на 50 % забезпечується використанням добрив, на 25 % - поліпшенням обробітку ґрунту і на 25 % - впровадженням високоврожайних і перспективних сортів

Для реалізації потенційної урожайності зернових велике значення має внесення оптимальних доз мінеральних добрив, які в конкретних природно - економічних умовах забезпечують найбільш повне використання потенційних можливостей високоврожайних сортів і гібридів зернових культур. У середньому по Україні при внесенні під озимі зернові культури мінеральних добрив у кількості 194 кг діючої речовини на 1 га посіву із співвідношенням $N_{75}P_{69}K_{50}$ приріст урожаю зерна на 1 кг добрив становить 4,3 кг. У лісостеповій зоні України комплексне використання добрив у поєднанні з іншими заходами дає змогу одержувати озимої пшениці по 60-80 ц/ га і кукурудзи на зерно — 80-100 ц/ га.

Одним із шляхів підвищення ефективності виробництва зерна є впровадження в господарствах високоврожайних сортів і гібридів, стійких проти хвороб і придатних для вирощування на зрошуваних землях. Особливого значення у цьому зв'язку набуває поліпшення селекції і насінництва зернових культур.

За даними наукових досліджень при збиранні врожаю зернових культур на п'ятий день після повного достигання втрати зерна не перевищують 3—4 %. На десятий день вони зростають до 17-20%, а на п'ятнадцятий досягають вже 25 %. Отже, господарства, що завершують жнива за 10 днів, одержують практично весь вирощений урожай, а подовження строків збирання зернових культур призводить до значних втрат зерна Як показують підрахунки, запровадження системи машин дасть змогу зменшити затрати праці на виробництво озимої пшениці в південних степових районах України до 0,07-0,10 люд. – год. на 1 ц зерна.

За статистичними даними сільськогосподарське виробництво Сумської області на сьогоднішній день забезпечене тракторами, сільськогосподарськими машинами та вантажними автомобілями на 30-40% при їх зношеності на 90% та технічній справності на 60%. Тому перед сільськогосподарськими підприємствами стоїть завдання привести наявність техніки у відповідність з потребою згідно нормативів при скороченні посівної площі еродованих та деградованих грунтів.

Одним з найбільш дієвих способів підвищення урожайності є запровадження інтенсивної технології вирощування зернових на обмежених площах, оскільки протягом більше десяти років в агрофірмі «Косівщинська» Сумського району урожайність озимої пшениці на площі 523 га коливалась в межах 41,5-55,9 ц/га при внесенні мінеральних добрив в межах 123-164 кг/га та органічних добрив в межах 7,2-12, т/га . Найважливішим є те , що при інтенсивній технології вирощування озимої пшениці окупність 1 ц діючої речовини добрив складала 11-13 ц/га при 4,5-5,0 ц/га при звичайній. Це дозволяє отримувати у 2-2,5 рази більше продукції при значно меншій площі і кількості матеріально-технічних засобів, що дозволяє підвищити економічну ефективність виробництва зерна.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ

Павленко О.Л., студ. 5 курсу ІЗО, спец. «Менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шумкова О.В.

Втілення концепції стратегічного управління за останні 30 років привело до формування різноманітних підходів, які наслідували один одного, дозволяючи вести мову про еволюцію, тобто про зміни, розвиток із часом, набуття нових ознак та використання нового інструментарію. Найвідоміший в колишньому СРСР фахівець із питань стратегічного управління І. Ансофф згрупував основні підходи до стратегічного управління залежно від акценту на ті або інші елементи, що входять до складу стратегічного управління. Він докладно охарактеризував такі варіанти: «управління на основі ранжування стратегічних задач»; «управління стратегічними можливостями»; «управління за допомогою вибору стратегічних позицій»; «управління «за слабкими сигналами»; «управління в умовах стратегічних несподіванок».

Це дозволяє реалізувати «принцип своєчасності рішень». Цей підхід передбачає такі кроки:

1. Організацію постійного спостереження за всіма тенденціями у зовнішньому середовищі (ринковими, технічними, економічними, соціальними, політичними).

2. Доведення результатів спостережень до керівництва.

3. Вище керівництво спільно з плановим підрозділом поділяє завдання на чотири категорії: найтерміновіші, що потребують негайного вирішення; важливі, середньотермінові, які «укладаються» в наступний плановий цикл; важливі нетермінові задачі; хибні, які не заслуговують на увагу.

4. Термінові завдання передаються відповідним підрозділам або створюються спеціальні оперативні групи для негайного розв'язання проблеми.

5. Для середньотермінових та нетермінових задач розробляються відповідні рішення, які оформлюються та контролюються вищим керівництвом, вибір рішень здійснюється з точки зору стратегічних та тактичних наслідків.

Керівники безперервно відстежують зміни завдань та поновлюють список, змінюють їхню пріоритетність.

Розглянутий тип стратегічного управління є найпростішим і демонструє необхідність визначення цілей та завдань як вихідного етапу управління. Як правило, сучасні підприємства не обмежуються цим варіантом, а включають його як необхідну складову (етап) до більш складних систем як один із методів ціле встановлення.

Механізм управління стратегічними можливостями базується на таких положеннях:

1. Для оптимальної потенційної прибутковості агресивність стратегій організації має відповідати змінам у середовищі. Під агресивністю розуміється рівень змін докорінного характеру, які фірма вносить до «портфеля» продукції, технологію, концепцію маркетингу тощо.

2. Для досягнення потенційної прибутковості готовність керівників фірми до змін має відповідати агресивності її стратегії. Під готовністю до змін розуміється ступінь кардинальності змін зовнішніх умов, що керівник у змозі усвідомити, прийняти та перебороти.

3. Для забезпечення оптимальної ефективності при використанні нових можливостей їхні компоненти мають бути узгодженими одна з одною. Під компонентами розуміються вміння та навички менеджерів, організаційна культура, структура влади, структури та системи управління.

Управління стратегічними можливостями найтісніше пов'язане з визначенням профілю, потенціалу фірми та рівня його адаптації до потреб середовища.

І. Ансофф запропонував поділ на п'ять стадій «сили сигналів» про нові тенденції в зовнішньому та внутрішньому середовищі організації, а також приклади відповідних контрзаходів. «Слабкі сигнали» мають властивість посилюватися, вимагаючи все більших зусиль та витрат на їх подолання за нарощування дефіциту часу. Якщо фірма працює з урахуванням «слабких сигналів», то в неї є час підготувати відповідні заходи до моменту, коли нова загроза або можливість висвітяться повною мірою. Організація буде у змозі підготувати та запустити відповідну програму, яка й буде реакцією на зміни.

На жаль, українська практика не дозволяє поки що говорити про ефективне завершення системи стратегічного управління. Мова може йти тільки про опанування окремих елементів стратегічного управління. Найчастіше спостерігається:

- встановлення цілей (хоча не завжди обґрунтованих);
- розробка окремих стратегій (насамперед маркетингових та інвестиційних);
- формування планів стратегічного типу (переважно у формі бізнес-планів);
- розробка та впровадження нових децентралізованих ОСУ;
- впровадження інформаційних технологій.

Однак ці елементи впроваджуються без достатньої обґрунтованості, несистемно, що не дозволяє отримати очікуваних результатів. Ось чому нагальною проблемою для кожного власника та менеджера підприємства є опанування методології та практичного інструментарію стратегічного управління.

ОЦІНКА РИНКОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ СТРАХУВАННЯ

Носко Т.А., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.с-г.н, доцент Нечипоренко В.В.

Будь-яка компанія повинна вміти виявляти, які відкриваються ринкові можливості. Ні одне підприємство не може вічно опиратися на свої нинішні товари і ринки. Керівництву підприємства може здаватися, що їх можливості дуже обмежені, але це всього лише невміння побачити майбутнє тієї справи, якою вони займаються і зрозуміти свої сильні сторони. Адже в дійсності перед будь-яким підприємством відкрито багато ринкових перспектив. Підприємство може займатися пошуками нових можливостей або час від часу, або систематично. Керівники компаній, відвідують спеціалізовані семінари, вивчають послуги конкурентів, збирають ринкову інформацію іншими шляхами. Немало ідей отримується, використовуючи неформальні методи збору інформації. Одна справа – виявити можливості, а зовсім друга – визначити, які з них підходять для підприємства. Процес виявлення і оцінки ринкових можливостей зазвичай породжує багато нових ідей. І не рідко завдання фірми заключається у відборі кращих ідей із кращих, тобто у виборі ідей, які відповідають цілям і ресурсами підприємства. Цей процес складається з 4-х етапів: заміри і прогнозування попиту, сегментування ринку, відбір цільових сегментів ринку і позиціювання товару на ринку. Загальний попит на послуги досліджуваного підприємства визначається поведінкою кожного споживача на ринку. При прогнозування попиту доцільно визначити цінову еластичність послуг які надає підприємство. Коефіцієнт цінової еластичності на послуги по страхуванню менше 1, тобто $0<E_p<1$, що свідчить про те, що попит є відносно нееластичним, в зв'язку тим, що темп зниження попиту менший за зростання вартості послуги.

Обдумуючи вихід на ринок підприємство проводить більш точну оцінку нинішнього і майбутнього розміру ринку. Ринок складається із багатьох типів споживачів, товарів, потреб та послуг. Групи споживачів Сумська філія ЗАТ „ПРОСТО-страхування" поділяє за географічною ознакою. Так зараз підприємство здійснює реалізацію своїх послуг на території м. Суми та в центрах продажів в м. Охтирка та м. Конотоп. В майбутньому планується вихід на ринок Шосткинського району Сумської області. При відборі даних цільових сегментів підприємство використовуватиме наступний порядок: концентрація на єдиному сегменті, орієнтація на купівельну потребу, обслуговуванні декількох непов'язаних між собою сегментів і в решті решт обхват всього ринку. Після проникнення на дані ринки планується проведення заходів по позиціювання послуг, що надаються на даних ринках. Для позиціювання послуг на нових та вже існуючих ринках підприємству необхідно скласти план рекламної діяльності.

План рекламної діяльності є складовою marketing mix, тобто плану маркетингу, до якого, крім планування реклами, належить планування підтримки (стимулювання) збуту і персонального продажу. Усі перелічені інструменти маркетингу необхідні, при визначенні витрат на маркетинг, проте останній має підпорядковуватися цілям і завданням фірми. Дуже часто бюджет маркетингу складається з витрат на рекламування. Тому очевидно, що маркетингові комунікації мають в основному рекламні завдання — інформацію та залучення покупця(споживача) до процесу надання послуг. Для ефективної маркетингової діяльності підприємства необхідно здійснювати планування рекламної діяльності та витрат на маркетинг необхідно мати значний обсяг інформації, зокрема: характеристику ринку продавців даних послуг; характеристику ринку покупців; характеристику обсягів надання послуг; характеристику прибутку; характеристику послуги та її вартість. Ця інформація уможливлює аналіз становища підприємства на ринках збуту та етапу життєвого циклу його послуг. Загальна стратегія підприємства, визначає стратегію маркетингу, в тому числі і рекламування. Загальну стратегію підприємства можна здійснювати в таких напрямку максимізації загального поточного прибутку підприємства. Даний напрям має свої особливості в ціноутворенні та комунікаціях. Особливо великий вплив має на розробку marketing mix такий фактор, як етап життєвого циклу окремих груп послуг підприємства. Для розробки плану рекламування на підприємстві створена база даних: довідкові дані про послуги підприємства; довідкові дані про атрибути послуг підприємства та конкурентів; довідкові дані про конкурентів підприємства; фактичні дані про витрати конкурентів на просування послуг; фактичні дані про обсяги продажу та витрати на просування послуг підприємства (не менше ніж за рік); перелік носіїв реклами тощо. Для визначення бюджету рекламування застосовують метод виходячи з приросту обсягів надання послуг даної групи, що планується на наступний період, він є найпростішим і найбільш підходящим для невеликих підприємств які всі зусилля направляють на надання, послуг. Підприємство спочатку виділяє кошти на всі елементи маркетингу, крім комунікацій. Залишок становить бюджет комунікацій, в основному рекламування.

Таким чином, незначні маркетингові витрати на сам перед пов'язані з невеликими розмірами підприємства. Попит на послуги підприємства є досить нееластичним, тому доцільно збільшувати обсяги наданих послуг та активніше проводити рекламну діяльність.

ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Кальченко Г.І., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: асистент Макарова В.В.

В умовах ринкових відносин істотно підвищуються вимоги до бухгалтерського обліку фінансових результатів діяльності підприємства, тому що обліком фінансових результатів охоплюються практично всі сторони діяльності підприємства, та визначається ефективність цієї діяльності.

Насамперед, облік фінансових результатів повинен грунтуватися на основних принципах бухгалтерського обліку й фінансової звітності та встановити контроль за додержання цих принципів. Згідно з Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" бухгалтерський облік та фінансова звітність повинні грунтуватися на таких основних принципах:

- принцип обачності, який означає застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства;
- принцип повного висвітлення, який означає, що фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймаються на її основі;
- принцип автономності, який означає, що кожне підприємство повинно розглядатися як окрема юридична особа, відокремлена від її власників, у зв'язку з чим особисте майно та зобов'язання власників не повинні відображатися у фінансовій звітності підприємства;
- принцип послідовності, яким встановлюється постійне (із року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики. Зміна облікової політики можлива лише у випадках, передбачених національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, і повинна бути обгрунтована та розкрита у фінансовій звітності;
- принцип безперервності, який передбачає, що оцінка активів та зобов'язань підприємства здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність буде тривати далі;
- принцип нарахування та відповідності доходів і витрат, який означає, що визначення фінансового результату звітного періоду необхідно проводити порівнюючи доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів;
- принцип превалювання сутності над формою, який встановлює, що операції обліковуються відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми;
- принцип історичної (фактичної) собівартості, який означає, що пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання;
- принцип єдиного грошового вимірника, яким встановлюється, що вимірювання та узагальнення всіх господарських операцій підприємства у його фінансовій звітності здійснюється в єдиній грошовій одиниці;
- принцип періодичності, який означає можливість розподілу діяльності підприємства на певні періоди часу з метою складання фінансової звітності.

Облік фінансових результатів повинний також забезпечити:

- додержання чинного законодавства, та Положень (стандартів) бухгалтерського обліку;
- облік, аналіз та контроль загальної ефективності використання необоротних активів;
- облік, аналіз та контроль ефективності використання оборотних активів підприємства, економічну доцільність витрат ресурсів;
- облік, аналіз та загальний контроль за виконанням завдань виробництва та дотримання планових показників;
- облік та аналіз власного капіталу підприємства, контроль формування та використання забезпечень наступних витрат і платежів;
- облік, аналіз та контроль витрат підприємства;
- облік, аналіз та контроль формуванням доходів і результатів діяльності підприємства;
- аналіз і контроль показників рентабельності виробництва, та своєчасне інформування керівництва про відхилення від плану;
- виявлення внутрішніх резервів збільшення обсягів виробництва;
- забезпечення повного відображення всіх витрат й доходів підприємства, виявлення результатів від кожного з видів діяльності підприємства та визначення загальних фінансових результатів;
- своєчасне, достовірне та повне відображення у фінансовій звітності інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період.

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ЛОГІСТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Таранець С.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Онопріенко І.М.

Термін «логістика» походить від грецького «logistike», що означає мистецтво обчислювати, міркувати. Слово «логістика» мається у всіх європейських мовах, французькому, італійському, іспанському, німецькому і т.д., (logistics - англ.) але використовується в різних значеннях.

Логістику визначають як удосконалювання управління рухом матеріальних потоків від первинного джерела сировини до кінцевого споживача готової продукції і зв'язаних з ними інформаційних і фінансових потоків на основі системного підходу й економічних компромісів з метою досягнення сінергічного ефекту.

Метою логістики є мінімізація сукупних витрат, що виникають у процесі просування товарів і послуг (продукції, сировини, матеріалів і т.п.) зі сфери виробництва (з місць створення, виникнення, видобутку і т. п.) у сферу споживання (включаючи кінцеве й проміжне, у т.ч. виробниче споживання). Досягнення цілей логістики повинно бути підлеглим цілям господарських систем, що відбито у фразі «при максимально можливому корисному ефекті функціонування цих систем». Ціль логістики простіше сформулювати за допомогою концепції «7R».

Right product – потрібний продукт; Right quality – у необхідній кількості; Right condition – заданої якості; Right Place – у потрібному місці; Right time – у встановлений час; Right customer – для конкретного споживача; Right cost – з найкращими витратами.

Серед основних причин і тенденцій розвитку сучасної логістики можна виділити наступні вісім:

1) Значно виросла вартість транспортних послуг. Транспорт перестав вважатися стабільним фактором бізнесу, у проблемах логістики, зв'язаних із транспортом, потрібно було здійснювати менеджмент більш високого рівня, причому одночасно як на рівні поточних операцій, так і не рівні політики.

2) Ефективність виробництва досягла максимуму. Стало важко домагатися додаткової економії засобів, оскільки весь прибуток формувався у виробництві. Але фізичний розподіл і логістика були фактично недослідженими областями з погляду прибутковості й ефективності.

3)Відбулися фундаментальні зміни у філософії товарно-матеріальних запасів.

4) Асортимент товарів істотно розширився. Кількість одиниць обліку запасів росло по експонентному закону, що значно ускладнювало ефективне управління запасами.

5) Відбулися революційні зміни у сфері виробництва комп'ютерів і комунікаційних технологій, що сприяло здійсненню логістичного підходу, побудованого на безлічі облікових елементів і оперуючого великими обсягами даних.

6) Використання комп'ютерів у світі бізнесу постійно розширюється. У багатьох фірм з'явилася можливість систематично вивчати якість сервісу, що їм надають постачальники. Проводячи такого роду аналіз, багато фірм одержали можливість модернізації своїх систем розподілу.

7) Громадськість звернула увагу на проблеми забруднення навколишнього середовища і повторного використання відходів (рециклінг). Ці проблеми зв'язані з логістикою, оскільки мова йде про пакувальні матеріали і про створення каналів повернення відходів для переробки.

8) З'явилися нові, великі мережі роздрібного продажу і торговельні фірми масового продажу з дуже складними логістичними системами. Крім центрів масової торгівлі, з'явилися також мережі великих спеціалізованих магазинів, що процвітають багато в чому завдяки добре відпрацьованим логістичним системам.

Розвиток логістики характеризується створенням великої кількості професійних організацій. Це зв'язано з тим, що мистецтво логістики розвивається настільки стрімко й швидко, що професіоналам приходиться постійно займатися самоосвітою.

На сучасному етапі розвитку економіки значна роль належить логістиці. Застосування логістики значно підвищує продуктивність праці як у сфері обігу, так і у сфері виробництва. По оцінках фахівців, з початку 1980-х р.р. у США в щорічному загальному збільшенні продуктивності праці (5-6%) половина (2,5-3%) досягається за рахунок поширення логістики. Установлено, що скорочення на 1% логістичних витрат еквівалентно майже 10%-ному збільшенню обсягу продажів. Наскрізний моніторинг матеріального потоку: за даними Європейської асоціації, забезпечує скорочення запасів на 30-70%; за даними промислової асоціації США – на 3—50%. На думку фахівців (експертна оцінка), застосування логістики дозволяє: - знизити рівень запасів на 30-50%; - скоротити час руху продукції на 25-45%; - скоротити повторні складські перевезення в 1,5-2 раза; - скоротити витрати на автоперевезення на 7-20%, на залізничні – на 5-12%.

Таким чином, підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність та ефективність діяльності в сучасних ринкових умовах шляхом оптимізації логістичних витрат, надання ефективних логістичних послуг та забезпечення високого рівня обслуговування кінцевого споживача, надаючи йому певні додаткові цінності.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА

Василега В., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Селезень О.М.

Свинарство є самостійною галуззю тваринництва, а тому і має свою специфіку у обліку. Об'єктами обліку виробничих витрат у тваринництві є технологічні групи тварин за їх видами. На кожну таку групу тварин відкривають окремі аналітичні рахунки, на яких відображують витрати на утримання тварин і вихід продукції тваринництва. Облік витрат і виходу продукції тваринництва слід вести па рахунку 23 "Виробництво" субрахунка другого порядку 232 "Тваринництво", на дебеті якого відображують витрати, а на кредиті - вихід продукції за справедливою вартістю, зменшеною на очікувані витрати на місці продажу. На кожному аналітичному рахунку облік витрат ведуть за такими статтями: витрати на оплату праці;відрахування на соціальні заходи;засоби захисту тварин; корми;роботи та послуги;витрати на утримання основних засобів;

В статті "Витрати на оплату праці" відображують основну і додаткову оплату праці свинарок. До цієї статті включають оплату праці за тарифними ставками, доплати і премії за якість продукції, підвищення продуктивності тварин, збереження поголів'я, обслуговування тварин, хворих, надбавки за звання "Майстер тваринництва" та інші виплати згідно з діючим положенням про оплату праці. На суму нарахованої основної і додаткової оплати праці працівників тваринництва дебетують субрахунок 232 і кредитують рахунок 66.

В статті "Засоби захисту тварин" обліковують вартість використаних біопрепаратів, медикаментів та дезінфікуючих засобів, придбаних за рахунок коштів підприємства, а також витрати, пов'язані з їх використанням у тваринництві. На цю статтю не відносять вартість біопрепаратів, медикаментів, дезінфікуючих засобів, придбаних за рахунок асигнувань з бюджету на ці цілі. На вартість використаних біопрепаратів, медикаментів і дезінфікуючих засобів у тваринництві дебетують субрахунок 232 і кредитують рахунок 20.

В статті "Корми" відображують витрати на корми власного виробництва і куповані, використані на годівлю свиней. Витрати, пов'язані з доставкою кормів з місць їх попереднього зберігання (сховищ, буртів, стогів тощо) до місць постійного зберігання (склади відділків, ферм, бригад) відносять на вартість відповідних кормів як витрати на доставку кормів на склад.Витрати на доставку кормів з місця постійного зберігання на ферму для годівлі свиней на відповідні статті (витрати на оплату праці, робіт і послуг тощо).Витрати, пов'язані з приготуванням кормів на кормокухнях, обліковують на окремому аналітичному рахунку субрахунка 232 "Тваринництво" і щомісяця списують на статтю "Корми" за відповідними групами тварин, розподіляючи пропорційно до фізичної маси кормів, приготовлених на кормокухні. На вартість кормів, витрачених для годівлі відповідних видів і груп тварин, дебетують субрахунок 232 і кредитують субрахунок 20.На статті "Роботи і послуги" відображують вартість робіт і послуг, наданих допоміжними виробництвами для виробничих потреб тваринництва, а також сторонніми організаціями і підприємствами. На цей же елемент відносять вартість енергії, одержаної від інших підприємств для галузі. Дебетують субрахунок 232, кредитують рахунки 23, 63, 68.На статті "Витрати на утримання основних засобів" записують нараховані амортизаційні відрахування за основними засобами тваринництва. Дебетують субрахунок 232, кредитують рахунок 13. Тут же відображують вартість палива і запчастин, використаних для машин і устаткування в тваринництві, конкретно за кожним видом або групою тварин, а також витрати на будматеріали, використані на ремонт будівель і споруд у галузі. Дебетують субрахунок 232, кредитують рахунок 20.На статтю "Інші витрати" відносять страхові платежі за майновим страхуванням. Дебетують субрахунок 232, кредитують рахунок 65. До цієї ж статті включають частину вартості літніх таборів для тварин, дебетуючи субрахунок 232 і кредитуючи рахунок 39.На статті "Витрати на організацію виробництва й управління" відображують частку загально-виробничих витрат тваринництва, віднесених на цей вид або групу худоби і птиці в порядку їх розподілу. Дебетують субрахунок 232 і кредитують рахунок 91.

На статті "Втрати від загибелі тварин" відображують (тільки в обліку) втрати від загибелі молодняку тварин і тварин на відгодівлі за винятком тих випадків, коли збитки сталися через стихійне лихо або підлягають стягненню з винуватців. На вартість загиблих тварин, списаних за рахунок господарства, дебетують рахунок 232 і кредитують рахунок

Наприкінці року на суму перевищення вартості сільськогосподарської продукції і додаткових біологічних активів (кредит субрахунка 232 "Тваринництво") над витратами, пов'язаними з біологічними перетвореннями в тваринництві (дебет субрахунка 232 "Тваринництво"), кредитують субрахунок 710 "Дохід від первісного визнання та зміни вартості активів, які обліковуються за справедливою вартістю") і дебетують субрахунок 232 "Тваринництво". Якщо витрати на біологічне перетворення в тваринництві перевищують вартість отриманої за звітний період від тваринництва сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів, то на суму перевищення дебетують субрахунок 940 "Витрати від первісного визнання та зміни вартості активів, які обліковуються за справедливою вартістю" і кредитують субрахунок 232 "Тваринництво".

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кузін О.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: ст. викладач Макаренко Н.О.

Сектор роздрібної торгівлі в Україні активно розвивається, починаючи із середини 90 років. Кілька років назад в Україні з'явились перші міжнародні роздрібні мережі, але серед найбільших українських ритейлорів все ще досить локальних мереж. У цей час відкривається дуже багато роздрібних магазинів. У продуктовому форматі супермаркети продовжують залишатися найбільш популярним форматом в Україні.

На сьогоднішній день в сфері торгівлі на території сільської ради працює крім Штепівського сільського споживчого товариства ще чотири приватних підприємці. В роботі споживчого товариства не мало важливу роль відіграє і співпраця з організаціями та сільськогосподарськими підприємствами, які знаходяться на території сільської ради. Вже не один рік ССТ співпрацює з місцевою спеціальною загальноосвітньою школою-інтернат, вихованцям якої постачає продукти харчування. Стосовно роботи магазинів приватних підприємців, то магазини обслуговують населення Штепівської сільської ради, виїздну торгівлю у віддалені села не здійснюють.

Всі приватні підприємці що здійснюють роздрібну торгівлю в с. Штепівка складають конкуренцію для ССТ. Правління ССТ за рахунок тісної співпраці з поставщиками товарів та високої комунікабельності на сьогоднішній день має найбільший товарообіг по сільській раді та найнижчі ціни на споживчому ринку. Постачальники товарів надають знижки на товари.

Одна з дуже важливих складових маркетингового дослідження це вивчення зовнішнього середовища,для дослідження якого використовують всі види інформації: первинну, вторинну; використовують маркетингову розвідку і метод експертних оцінок. Одним із важливих умов культури торгівлі є постійна наявність та широкий вибір товарів у роздрібній торговельній мережі. Виконання цієї умови значною мірою досягається планомірним формуванням товарного асортименту магазинів. Формування товарного асортименту – це процес підбору для продажу різних груп товарів, їх видів та різновидів за певними ознаками, від якого залежить задоволення попиту споживачів та результати торговельної діяльності.

Магазини підприємства є неспеціалізованими торговельними закладами, на формування асортименту якого впливають, крім вищезазначених чинників, соціально-економічні, демографічні та природно-кліматичні фактори. Процес формування асортименту товарів в магазинах складається з трьох етапів. Підприємство реалізує такі групи товарів, як хліб та хлібобулочні вироби, молоко та молокопродукти, бакалія, кондитерські вироби, гастрономія, лікеро-горілчані та тютюнові товари. На наступному етапі визначається детальний асортимент товарів. При цьому кожне найменування може бути представлене різною кількістю його різновидів в залежності від глибини асортименту товарів. Заключним етапом формування товарного асортименту є визначення для кожного товарного виду та різновиду ступеня їх представлення на обладнанні. При цьому враховується попит на товар, сезонність, торговельна площа магазину, новизна товару.

Розміщення приміщень визначається їх функціональним призначенням і особливостями торговельно-технологічного процесу магазину, проте необхідно дотримуватись певних вимог при плануванні. Торговельний зал безпосередньо зв'язують з приміщенням для зберігання товарів і підготовки їх до продажу, що забезпечує своєчасне поповнення товарних запасів у торговельному залі найкоротшими шляхами руху товарних потоків. Приміщення для зберігання товарів розміщують відповідно до послідовності виконання торговельно-технологічного процесу, створюючи можливості максимальної механізації робіт з переміщення вантажів та забезпечуючи найкоротші шляхи до торговельного залу. Для збереження ТМЦ вони повинні бути не прохідними. Службово-побутові приміщення розміщують окремо від приміщень для приймання, зберігання та підготовки товарів до продажу, але вони повинні мати зручний зв'язок з іншими групами приміщень і окремий вхід.

У торговельних залах магазинів для розміщення виставкового, робочого та резервного запасів товарів використовують такі види немеханічного обладнання: гірки, корпусні вироби торгового обладнання, автономне обладнання. Особливо важливу роль у реалізації товарів відіграє викладання товарів у магазині. У практиці торгівлі розрізняють товарну та декоративну викладку. Товарна викладка формується з товарів робочого запасу з метою одночасного їх показу та відпуску. Декоративна викладка формується з товарів виставкового запасу у вигляді різноманітних фігур, штабелів, пірамід тощо і завдяки цьому забезпечується привертання до них уваги покупців.

Після проведення аналізу маркетингової діяльності даного підприємства, можна зробити такі висновки: формування товарного асортименту підприємства здійснюється із урахуванням факторів, які на нього впливають. Одним із основних факторів, є попит споживачів, тому підприємству надзвичайно уважно потрібно слідкувати за його змінами. Для отримання прибутку необхідно впроваджувати сучасне торговельне та технологічне обладнання, удосконалювати організацію праці тощо.

КОРПОРАТИВНИЙ ІМІДЖ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Хорошуля Н.М., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. “Маркетинг”
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шумкова О.В.

Корпоративний імідж або організаційний імідж - це образ банку, сформований в суспільній свідомості; цілісне сприйняття банку різними соціальними групами. Оскільки в своїй діяльності банк стикається з самими різними групами громадськості, що мають неоднакові інтереси і що пред’являють до неї різноманітні вимоги, тому будь-який банк матиме декілька іміджів (наприклад, зовнішній і внутрішній іміджі).

Імідж комерційного банку формується по-різному для різних груп громадськості, оскільки бажана поведінка цих груп щодо банку може різнитися. Інакше кажучи, той самий банк може по-різному сприйматися клієнтами, держструктурами, місцевою та міжнародною громадськістю. Для широкої національної громадськості краща громадянська позиція комерційного банку. Для партнерів важливі надійність і конструктивність. Крім того, існує уявлення персоналу про банківську установу та її керівництво. Таким чином, можна зазначити, що комерційний банк має декілька іміджів: для кожної групи громадськості-свій. Синтез уявлень різних груп громадськості створює більш загальне та містке уявлення про комерційний банк, створюючи його корпоративний імідж.

Імідж комерційного банку у клієнтів складають їхні уявлення щодо унікальних характеристик,які, на їхню думку, мають продукти та послуги певного комерційного банку: якість, дизайн, сервісні послуги і система знижок, ціна, уявлення клієнтів про заявлену місію та стратегії банку,а також фірмовий стиль. Бізнес-імідж банку складається з уявлень партнерів. У ролі основних детермінант бізнес-іміджу виступають:ділова репутація, дотримання етичних норм бізнесу, надійність, лояльність банку до партнерів, інформаційна відкритість, а також ділова відкритість банку, індикаторами якої є обсяг продажу, відносна частка ринку, розмаїтість банківських продуктів і послуг. Соціальний імідж банку визначають уявлення широкої громадськості про соціальні цілі та ролі комерційного банку в економічному, соціальному та культурному житті суспільства. Соціальний імідж формується за допомогою інформування громадськості про соціальні аспекти діяльності банку, такі як спонсорство, меценатство, підтримка суспільних рухів, участь у вирішенні проблем екології, зайнятості, охорони здоров’я, сприяння конкретним особам. Внутрішній імідж банку формують уявлення персоналу. Основними детермінантами є культура діяльності банку(система підбору та навчання персоналу, система відносин керівництва та підлеглих, система винагород, фірмовий стилю банку)і соціально-психологічний клімат(настрій і думка колективу, індивідуальне самопочуття й оцінка умов життя і роботи членів колективу).

Кризовий стан банків зумовлений недостатньою увагою до формування позитивного іміджу як засобу забезпечення тривалого комерційного успіху. Французькі фахівці Ж.-Е. Мерс’є і Ж.–Е. Пісіні, співробітники фірми “A.T. Kearney, Paris”, вважають, що у сфері банківського маркетингу відбувається справжня революція, що пов’язана з розробкою та реалізацією стратегії задоволення потреб клієнтів.

Пропоновані західними фахівцями напрямки дій які можуть сформувати позитивний імідж пов’язані з використанням нової технології управління відносинами з клієнтами (CRM- Customer Relationship Management). Ця нова технологія другого покоління припускає зміну робочих місць службовців банку, які здійснюють безпосередні контакти з клієнтами, децентралізацію функцій банківського маркетингу, зміни в організації і використанні баз даних клієнтів. Нова організація й оснащення робочих місць банківських службовців, які здійснюють контакти з клієнтами, має давати службовцям змогу не тільки вести діалог з клієнтом і автоматично генерувати ті чи інші банківські операції, а й керувати рекламною кампанією(тобто пропонувати клієнту нові послуги) у рамках маркетингу “кожному клієнту- окремий продукт”(one to one). При цьому інформація про профіль клієнта і про історію його комерційних відносин з банком має надходити на екран монітора, що допоможе службовцю чи консультанту прийняти необхідне рішення. Робоче місце має забезпечити надання всім клієнтам послуг однаково високого рівня, що передбачає: персоналізацію послуг з метою підвищення прибутку від кожної операції, сприяння в пошуку запитуваних досьє,документів і операцій, допомогу в здійсненні процесів, управління та контроль над інформацією про об’єкт і управління зв’язками між об’єктами. Децентралізація банківського маркетингу, безпосередньо пов’язана з новим типом робочого місця,виявляється в передачі деяких маркетингових функцій спеціальних служб, які займаються маркетингом, операційним службам банку, що збільшить чисельність користувачів новою технологією CRM. Нова технологія потребує серйозних змін управлінського й організаційного порядку.

Таким чином, тривалий успіх комерційного банку визначається стійким одержанням прибутку за допомогою реалізації банківських продуктів і послуг,полягає в умінні домогтися того, щоб клієнти в умовах конкуренції віддавали перевагу саме цьому банку, що у свою чергу дасть змогу банкам зайняти стійкі ринкові позиції,забезпечити постійне зростання обсягів продажу банківських продуктів і послуг та прибутку, що може гарантувати довгостроковий комерційний успіх.

ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРО МОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дєдков Є.Г., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Слюсарева Л. В.

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкурентоспроможність підприємства. Розуміння конкурентоспроможності підприємства трактується фахівцями по різному. Визначений авторитет в галузі конкуренції М.Портер, висновки якого обгрунтовуються на результатах багатьох досліджувань досягнення і збереження конкурентної переваги, вважає, що фірми попереджають своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об‘єктивним розвитком продуктивних сил і відображаючих результати політики великих монополій в борьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку.

Конкурентоспроможність підприємства — це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Систематичне проведення економічного аналізу, виконання планових розрахунків і прийняття управлінських рішень по всіх функціях маркетингу, проектування, організації виробництва, реалізації, оновлення або заміни вироблених фірмою товарів і послуг визначається як прогнозування конкурентоспроможної продукції. Стратегічний план-прогноз дозволяє кожному підприємству з необхідною точністю оцінити свої потенційні можливості, розробити відповідні виробничі програми на тривалий період, скоординувати виробництво конкурентоспроможної продукції, підтримуючи користуються підвищеним попитом або замінюючи неефективні товар. У ході прогнозування виробництва конкурентоспроможної продукції кожне підприємство визначає на довгостроковий період не тільки вид або тип основних товарів, але і їх асортимент.

Конкурентоспроможність підприємства визначається за допомогою трьох груп показників, які відображають конкурентоспроможність продукції що випускається та ефективність використання ресурсів. Перша група включає показники, які характеризують економічні параметри, - собівартість, ціну виробу та споживання, умови платежу та поставок, строки та умови гарантії і т. д. Друга група включає показники, які характеризують стан та використання живої праці, основних виробничих фондів, матеріальних затрат, обігових коштів, а також фінансовий стан підприємства. При оцінюванні конкурентоспроможності підприємства предметом уваги повинна бути номенклатура випускаємої продукції та її конкурентоспроможність. Саме продукція з її якістю, упаковкою, сервісом, рекламою і т. д. приваблює не лише покупця, а також бізнесмена, акціонера, інвестора. Третя група - нормативні параметри, які показують чи відповідає виріб стандарту, нормам, правилам, що регламентують кордони, з яких даний параметр не має права виходити. До їх числа відносяться показники надійності, ресурс виробу, безвідмовність, довговічність, ремонтоздатність. До нормативних параметрів відносяться також ергономічні параметри (гігієнічні, фізіологічні, психологічні та ін.), які демонструють відповідність товару якостям людського організму та людської психіки, визначають зручність роботи, швидкість стомлення.

Оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства можна дістати тільки в результаті порівняння його параметрів з відповідними параметрами підприємства-конкурента. Порівняльна характеристика дає змогу виявити ключові, внутрішні фактори конкурентоспроможності, які допомагають підприємству забезпечувати доволі тривале своє функціонування та розвиток в умовах несталого, динамічного, нерідко ворожого оточення. Результати аналізу дають змогу визначити напрямки його розвитку або доцільність подальшої підтримки.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг , та його продукція користується постійним попитом. Однак в житті цей стан не являється незмінним. Тому керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв та інше.

Таким чином конкурентоспроможність має універсальне значення і все більш застосовується не тільки стосовно продукції у цілому, а й стосовно окремих фірм і навіть країн. В умовах ринкових відносин конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вище конкурентоспроможність країни, тим вище життєвий рівень у цій країні. Конкурентні переваги дозволяють правильно виробити стратегію позіціонування товарів і послуг на ринку, вибравши цільові ринкові сегменти і сконцентрувати там фінансові ресурси підприємства.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Хоменко А.В., студ. 5 курсу ФЕіП, спец. „Маркетинг”
Науковий керівник: ст. викладач Макаренко Н.О.

Для досягнення стійкого стану підприємству необхідно оцінити та поєднати власну місію та стратегічні цілі з факторами зовнішнього і внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище може створювати перешкоди подальшого розвитку або навпаки - бути стимулом. Оскільки підприємство працює на ринку, то важливим аспектом для нього є конкуренція. Найважливіші фактори конкурентоспроможності - рівень цін, якість продукції, умови сервісу, термін гарантії виробу, обсяги післяпродажних послуг у процесі використання виробів, реклама та інше. Для досягнення конкурентоспроможності підприємству необхідно постійно вживати заходи щодо зниження витрат, покращувати якість продукції, послуг, післягарантійного обслуговування, методів організації і управління, розширювати асортимент, враховуючи бажання споживачів. Конкурентоспроможність представляється основою прогресу в науці, техніці, виробництві та управлінні, є критерієм творчих здібностей робітників різних галузей діяльності.

Конкурентостійкість підприємства забезпечується наступними характеристиками:

1. Високою гнучкістю, що здатна швидко реагувати змінами в асортименті, постійним оновленням продукції.
2. Високою технологічністю виробництва, здатністю забезпечити потрібну якість продукції при мінімальних витратах.
3. Необхідним рівнем та якістю післяпродажного супроводження продукції з врахуванням постійно зростаючих потреб споживачів.
4. Вмінням оперативно реагувати на втрати виробництва.
5. Ефективною системою управління підприємством, що орієнтована на забезпечення його конкурентних переваг та спроможна реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища в реальному масштабі часу.

Для того, щоб бути конкурентоспроможним, підприємство повинно мати конкурентні переваги. Існує багато шляхів їх отримання, розглянемо три основні шляхи: стати краще самому, безпосередньо послабити конкурентів або змінити ринкове середовище. У першому випадку підприємство застосовує сукупність заходів, спрямованих на удосконалення власної діяльності. Наприклад, покращення якості продукції, зменшення її собівартості. У другому випадку - діяльність підприємства спрямовано на безпосереднє послаблення конкурентів. За виключенням кримінальних і напівкримінальних заходів, що широко застосовуються у вітчизняній практиці, це можуть бути й легальні методи: переманювання найдосвідченіших кадрів, створення перепон конкурентам у доступі до каналів розпорядження товарів через укладання угод на ексклюзивну дистрибуцію, тощо.

У випадку неможливості використання двох перших шляхів або їх невичерпності підприємства часто намагаються змінити саме середовище, в якому вони конкурують. Конкурентні переваги підприємство отримує у процесі діяльності на ринку. Початкові невдачі не повинні відлякувати підприємство від роботи на певному ринку. Працюючи за принципом «спроб та помилок», підприємство з часом досягне певних конкурентних переваг.

Основним методом посилення конкурентних позицій є диференціація товару, інструментом якої є позиціювання, яке проводиться, насамперед, за рахунок комплексу маркетингових комунікацій та стратегій просування. Диференціація передбачає виокремлення торгівельної марки у свідомості споживача з-поміж марок- конкурентів, створення асоціації з певними перевагами чи вигодами. Диференціація може базуватися на об’єктивних чи суб’єктивних властивостях товару. У даному випадку носієм конкурентних переваг може стати комплекс маркетингу підприємства, як основний інструмент впливу на поведінку споживача з боку підприємства, та на свідомість споживача. Саме завдяки реструктуризації свідомості споживача, його семантичного простору, під час проведення позиціювання створюється конкурентна перевага, яка полягає у спрощенні процесу прийняття рішення споживачем під час купівлі; товару на користь марки підприємства. Формуються преференції та лояльність споживачів, що, у свою чергу, дозволяє зменшити цінову еластичність та збільшити прибутковість.

Таким чином, для ефективної реалізації стратегії диференціації від підприємства вимагається низка взаємопов’язаних дій, а саме: своєчасні маркетингові дослідження, адекватні сегментації та позиціювання, активна інноваційна політика підприємства (продуктова інновація), розробка правильної продуктової політики (товарної стратегії, стратегії розповсюдження та ін.). Зменшення витрат є традиційним, найпростішим та найбільш дослідженим методом посилення конкурентних переваг підприємства. На відміну від диференціації та прихильності споживачів до товарів підприємства немає, а конкурентна перевага формується лише за рахунок збільшення маржі між ціною продажу та собівартістю продукції. Носієм конкурентної переваги в даному випадку є підприємство, яке завдяки комплексу заходів досягає менших, ніж у конкурентів, витрат. Проте утримати таку конкурентну перевагу в сучасних умовах достатньо важко.

ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЦТВА М'ЯСА ВРХ ТА ЙОГО ОБЛІКУ

Шара О.В., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: ст. викладач Івченко Н. М.

Тваринництво є однією з найважливіших підгалузей сільського господарства. Воно охоплює сукупність цілих галузей сільськогосподарського виробництва, харчової і переробної промисловості, які займаються виробництвом і переробкою продукції тваринництва. Тому його розвиток може стати одним із перспективних умов для підвищення матеріального рівня життя народу.

В сучасних умовах досить актуальним стає забезпечення сільськогосподарських підприємств всіма необхідними засобами ефективного ведення сільськогосподарського виробництва відповідно до розмірів їхніх господарств і звичайно, певними методами виробництва, а саме: новітніми технологіями, кращими здобутками селекції, кормами, відповідною технікою й обладнанням, засобами захисту тварин, створенням сприятливих економічних умов виробництва.

Спрямування економічної й технологічної політики до потреб цих господарств викликано об'єктивними умовами: особисті селянські й фермерські господарства забезпечують левову частку виробництва сільськогосподарської продукції, особливо тваринницької.

Облік у тваринництві проводиться за витратами на вирощування й утримання худоби та за поголів'ям (їх кількості) тварин, які поділяються на три групи:

• робоча і продуктивна худоба (основне стадо);
• молодняк тварин на вирощуванні;
• тварини на відгодівлі.

Правильна і раціональна організація ведення бухгалтерського обліку в сільськогосподарських підприємствах повинна забезпечувати контроль за виконанням планів кількісних (кількість голів тварин, що поставлені на відгодівлю, і кількість центнерів приросту ваги тварин) і якісних показників відгодівлі, сприяти виявленню та використанню резервів підвищення ефективності відгодівельних операцій. Виходячи з цього, основними завданнями обліку основного стада, молодняку тварин і тварин на відгодівлі у сільськогосподарських підприємствах є:

• своєчасне і правильне документальне відображення операцій та забезпечення достовірності даних щодо надходження і вибуття тварин й одержання готової продукції;
• постійне забезпечення керівників і спеціалістів оперативною інформацією по наявність поголів'я тварин за їх видами і статево-віковими групами для прийняття управлінських рішень.
•контроль за збереженням тварин у місцях їх утримання і на всіх етапах їх руху;
• забезпечення щоденної реєстрації даних про рух поголів'я з метою визначення потреби у кормах на кожен день;
• правильне обчислення фактичної вартості тварин при їх надходженні та вибутті;
• здійснення заходів з метою недопущення нестач, крадіжок і загибелі тварин;

Бухгалтерський облік молодняку тварин на фермах і в бухгалтерії сільськогосподарського підприємства організовується і ведеться під керівництвом головного бухгалтера сільськогосподарського підприємства та бухгалтера з обліку у тваринництві.

Необхідними передумовами здійснення контролю за збереженням молодняку тварин, птиці і тварин на відгодівлі є:

• перевірка чисельності тварин та їх обов'язкове зважування при визначенні приросту, прийманні та відпуску;
• проведення контролю за своєчасним і правильним веденням обліку поголів'я на фермах;
• систематичне проведення інвентаризації з метою недопущення втрат поголів'я та ваги;
• встановлення переліку осіб (завідувачі фермами, бригадири, старші працівники ферм та ін.), що відповідають за приймання і відпуск тварин, їх зважування, правильне та своєчасне оформлення цих операцій, а також збереження закріплених за ними тварин;
• звільнення і переміщення матеріально відповідальних осіб лише за згодою головного бухгалтера сільськогосподарського підприємства;
• затвердження переліку посадових осіб, яким надано право підписувати документи на переміщення тварин у господарстві, а також видавати дозвіл (підписувати перепустку) на їх вивезення за межі сільськогосподарського підприємства.

Облік у тваринництві проводиться за витратами на вирощування й утримання худоби та за поголів'ям (їх кількості) тварин, які поділяються на три групи:

• робоча і продуктивна худоба (основне стадо);
• молодняк тварин на вирощуванні;
• тварини на відгодівлі.

Тому потрібно, щоб облік вівся правильно та своєчасно, поява нових продуктивних видів тварин, а також знизити вибуття тварин внаслідок падежу. Зробити так, щоб тварини вибуваючи в реалізацію приносили прибуток, а дохід (виручка) від реалізації йшов на розширення і вдосконалення галузі на кожному сільськогосподарському підприємстві.

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ПРИ НАДАННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Хижняк Є.О., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Галенін Р.В.

Специфічною областю застосування товарної політики є сфера послуг. Послуга - це будь-який захід, або вигода, які одна сторона може запропонувати іншій і які,в основному, невідчутні і не призводять до привласнення чого-небудь. Виробництво послуг може або не може бути пов'язаним з товаром в його матеріальному вигляді.

Дуже важливим є визначення особливостей послуг. Треба зазначити, що послуги містять ознаки, які суттєво відрізняють їх від товарів.

Послуги володіють чотирма основними характеристиками, які в значній мірі впливають на розробку маркетингових програм: невідчутність, невіддільність, мінливість і неможливість зберігання.На відміну від матеріальних товарів їх не можна побачити, спробувати, відчути, почути або уловити їх запах до тих пір, поки вони не будуть придбані. У зв'язку з цим, для зменшення невизначеності, покупці аналізують зовнішні ознаки або очевидність якості послуги. Вони можуть одержувати уявлення про рівень обслуговування по розташуванню офісу, інтер'єру, устаткуванню, персоналу продавця послуги, інформації, що надається, символам і ціні. Таким чином, задача продавця послуги полягає в «управлінні сприйняттям», в умінні «зробити невідчутне відчутним»;

Виходячи із вище зазначених особливостей існує суттєва різниця між товарами та послугами. Однак, на сьогоднішній момент іноді буває досить проблематично відрізнити послугу від товару, оскільки більшість продуктів супроводжується послугами, а послуги в свою чергу вимагають супроводжувальних товарів. Зрозуміло, що виникають суперечки стосовно існування маркетингу послуг як окремого напрям, який би відрізнявся від маркетингу звичайних товарів.

Тоді, як у світі швидко наступають інформаційні технології, то в Україні Інтернет ще не являється основною послугою. Безперечно, одним із найважливіших факторів являється соціальний фактор. Більшість пересічних громадян не мають можливості користуватися дорогими послугами Інтернету. Половина всіх користувачів України зосереджена в Києві та найбільших містах: Одесі, Донецьку, Дніпропетровську, Харкові, Запоріжжі.

Внаслідок конкурентної боротьби між провайдерами, доступ до Інтернет стає дедалі дешевшим та якісним. Опитання абонентів показує, що основними показниками у виборі провайдера на даному етапі являються простота підключення та порівняно низькі ціни. У боротьбі за клієнтів провайдери пропонують гнучку тарифну політику, яка розраховується на усі верстви населення, активно розвивається послуга call-back (зворотній дозвон). Однак ВАТ "Укртелеком" застосовує поки що політику "Чим дорожче, тим краще". До того ж пріоритетом вибору провайдера являється якість. Тому, що при комутованому з'єднанні сплачується за час, проведений в Інтернет, незалежно від того, вдалося споживачу попрацювати, чи протягом години він намагався безуспішно завантажити одну сторінку.

Завдання формування постійної й лояльної аудиторії коштує практично перед будь-яким web-ресурсом. Особливо важливо це для сайтів, в основу яких покладена рекламна модель бізнесу. Для формування аудиторії недостатньо тільки подання оперативної інформації й новин, цікавих даному співтовариству. Необхідно самих користувачів втягувати в роботу сайту.

На даний момент в Україні працює не дуже велика кількість безпосередньо інтернет-аукціонів,в місті Суми їх загалом можна перелічити на пальцях. В даний час з'являються все нові споживачі ,які бажають отримувати продукцію через купівлю в Інтернеті.Тому цей проект надасть змогу підприємству розвивати свою діяльність.

Найбільш привабливими для торгівлі на інтернет-аукціонах є товари, на які можна виставити не тільки мінімальну стартову ціну, але й безбоязно продати їх за ціною в кілька разів менше середньоринкової або базової.

У ситуації, коли сайт служить інструментом продажів, він повинен підтримувати наступний мінімально необхідний комплекс елементів: подання товару, формування замовлення й, можливо, проведення його оплати через Мережу. Подання товару організовується за допомогою свого роду віртуальної вітрини. До концепції віртуального каталогу товарів застосовуються ті ж критерії, що й до інформаційного наповнення сайту.

Гарні перспективи будуть мати компанії, що розвивають інфраструктуру електронного бізнесу, насамперед технологічні послуги типу обслуговування платежів по Інтернету. Одним з ефективних інструментів оцінки попиту на продукцію компанії й виявлення найбільш оптимальної ціни товару можуть служити інтернет-аукціони. Аукціон (від латинського «auctio» — збільшення) — продаж товарів і послуг на публічних конкурентних торгах, у процесі яких установлюється їхня кінцева ціна. Особливістю віртуальних, або інтернет-аукціонів є, то, що вони більше доступні для самого широкого кола продавців і споживачів, і проводяться в Інтернеті за допомогою спеціального програмного забезпечення, установленого на сайті організатора торгів.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПОКУПЦЯМИ

Заїка А.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Барановська А.С.

Підприємства постійно ведуть розрахунки з постачальниками за придбані в них основні засоби, сировину, матеріали й інші товарно - матеріальні цінності і послуги; з покупцями – за куплені ними товари; із замовниками – за виконані роботи і послуги.

В умовах нестабільної ринкової економіки ризик несплати або несвоєчасної оплати рахунків збільшується, це приводить до появи дебіторської і кредиторської заборгованості. Частина цієї заборгованості в процесі фінансово – господарської діяльності неминуча і повинна знаходиться в рамках припустимих значень.

Розвиток ринкових відносин підвищує відповідальність і самостійність підприємств у виробленні й прийнятті управлінських рішень по забезпеченню ефективності розрахунків з дебіторами і кредиторами. Збільшення або зниження дебіторської і кредиторської заборгованості призводить до зміни фінансового положення підприємства. Так, наприклад, значне перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською може привести до так називаного технічного банкрутства. Це зв'язано зі значним відволіканням засобів підприємства з обороту і неможливістю погасити вчасно заборгованість перед кредиторами. На підставі цього необхідно проводити моніторинг й аналіз стану розрахунків.

Для проведення аналізу використовуються дані бухгалтерського обліку і звітності, тому важливу роль відіграє правильна організація на підприємстві бухгалтерського обліку розрахункових операцій, що вимагає своєчасного і повного відображення господарських операцій по розрахунках у первинних документах і облікових регістрах.

Підприємства постійно здійснюють розрахунки. Досвід показує, що швидкість проведення розрахункових операцій може змінюватися від кількох місяців, як це було раніше по рахунках у промисловості, до кількох годин, що стало можливим завдяки введенню системи електронної пошти між банками та спеціальних карток. Чим швидше відбувається процес розрахунків, тим ефективніше працює економіка. Важливу роль у цьому відіграє правильна організація обліку розрахункових операцій, який має здійснюватись з урахуванням діючих нормативних матеріалів і практики роботи підприємств. Це дає змогу уникати зайвих витрат, штрафних санкцій

Облік розрахунків з покупцями та постачальниками є найважливішою ділянкою бухгалтерської роботи, оскільки на цьому етапі формується основна частина доходів та грошових надходжень підприємств. Їх потрібно розглядати в тісному взаємозв'язку з діючими офіційними матеріалами і практикою роботи підприємства, що дозволяє уникати зайвих податкових платежів, штрафних санкцій та інших неефективних втрат. Розрахунки - одне з найбільших масових явищ в господарському житті будь-якого підприємства. Несвоєчасні розрахунки створюють взаємну заборгованість між виробником і споживачами продукції, ведуть до несвоєчасних виплат готівкою в рахунок заробітної плати, що викликає невдоволення працюючих та погіршує соціальне становище.

В будівельних підприємствах сьогодні відсутній поточний систематизований облік претензій. Це ускладнює контроль за правильністю розрахунків з постачальниками і покупцями, веде до пропусків строків, встановлених банком для часткової або повної відмови від оплати з причин невідповідності умовам договорів поставок і виникненню інших порушень договірної дисципліни. Для усунення вказаних недоліків пропонуємо застосовувати картку оперативного обліку. Записи в цю картку регулярно має проводити головний бухгалтер, який здійснює облік банківських операцій. Підставою для відображення в картці є розрахунково-платіжні і банківські документи. Ведення картки оперативного обліку потребує незначних додаткових витрат праці облікового персоналу, але з'являється можливість підвищити контрольні функції обліку і покращити стан розрахунків, попередити штрафи за порушення розрахункової дисципліни.

Перспективною формою розрахунків між підприємством та його постачальниками чи покупцями є вексель. Вексель - це письмове боргове зобов'язання встановленої форми, яке дає його власнику незалежне право по закінченню строку вимагати з боржника оплати вказаної грошової суми.

Вексельне законодавство повинно передбачити порядок передачі векселів і при цьому необхідно ставити спеціальний підпис індосамент. Він може бути декількох видів: іменний, коли вказується ім'я нового власника; банківським, коли відмічається тільки факт передачі векселя без визначення конкретної особи.

Наступна передача векселя здійснюється простим врученням. Вексельне зобов'язання може бути гарантоване банком (повністю або частково) в вигляді спеціального надпису на лицьовій стороні векселя, яка отримала назву аваль і дається на одну з осіб, які відповідають по векселю. Тому підприємство для забезпечення дебіторської заборгованості мало б використовувати вексель.

Впровадження запропонованих нами пропозицій дасть змогу уникнути помилок, скоротити затрати часу, сприяти обґрунтованому відображенню дебіторської і кредиторської заборгованості у фінансовій звітності та стануть передумовою для покращення економічного стану підприємства.

ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ В ТОРГОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Куц Т.Ю., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: ст.викладач Макаренко Н.О.

Сучасне торговельне підприємство діє на ринку в багатьох іпостасях, зокрема – як споживач послуг інших суб'єктів господарської діяльності з постачання різноманітних товарних ресурсів, торгово-технологічного обладнання, торгового інвентарю, транспортних засобів тощо. Їхнє постачання необхідне для торговельного підприємства протягом всього періоду господарсько-торговельної діяльності, воно має порівняно стабільний характер і значні обсяги, а тому викликає виникнення у такого суб'єкта господарювання витрат, значна частина яких за своїм характером можуть бути зараховані до категорії логістичних витрат.

У сучасній теорії логістики питання логістики торговельного підприємства в цілісному вигляді ще не отримали завершеного характеру, хоча окремі функціональні сфери логістики, принципи й методи розв'язання основних логістичних задач у працях найвідоміших вітчизняних та зарубіжних авторів доволі часто розглядаються саме на прикладах діяльності підприємств торгівлі. Істотним недоліком сучасної теорії логістики є і те, що в спеціальній літературі спостерігається неоднакове трактування навіть найфундаментальніших понять і термінів логістики, ототожнюються поняття логістичної системи, логістики як сфери господарської діяльності та логістики як функції управління, неоднозначно трактується поняття логістичного підходу.

Тому потрібне теоретичне узагальнення суті і змісту логістики, особливостей окремих видів логістичної діяльності у різних її сферах, зокрема – щодо підприємства торгівлі як провайдера торговельної логістики. Насамперед потребує уточнення визначення суті самої логістики, оскільки нині її розуміють і як специфічну функцію соціально-економічної системи, пов'язану з комплексом товаропросувних операцій, і як господарський процес, і як функцію управління, що переносить основний акцент розгляду на створення логістичних систем управління цими операціями.

На мій погляд, під логістикою потрібно розуміти комплекс технічних засобів, дій (операцій, робіт, процесів, цілісних технологій) та методичних правил, спрямованих на ефективне планування, організацію, реалізацію та управління матеріальними потоками, їхнє юридичне, інформаційне, фінансове, інженерно-технічне та науково-методичне забезпечення і здійснення відповідно до стратегічних цілей підприємства або певних зовнішніх цілей. З погляду практичної діяльності під логістикою необхідно розуміти сукупність видів діяльності, за допомогою яких забезпечуються часові, просторові та інформаційні перетворення при переміщуванні матеріальних ресурсів (продукції, товарів тощо) і здійснюється управління та контроль процесів транспортування і складування цих вантажів.

Управління логістикою у такому разі необхідно розглядати як комплекс процесів планування, організації, контролю та управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними і нематеріальними операціями в процесі доведення сировини і матеріалів до виробничого підприємства, внутрішньозаводської переробки сировини, доведення готової продукції до споживача відповідно до інтересів і вимог останнього, а також передавання, зберігання і обробки відповідної інформації. Таке розмежування понять дає змогу відділити сферу логістики, як загальну сферу господарської діяльності з виконання й управління комплексом логістичних операцій, сферу матеріальної логістики, як діяльність з виконання логістичних операцій та процесів, пов'язаних з перетворенням матеріальних потоків, а також сферу управління логістикою як діяльність, пов'язану з плануванням, організацією, контролем і управлінням логістичними операціями і процесами перетворень різноманітних потоків у межах логістичних систем.

Під логістичними системами слід розуміти об'єднання виробничих, торговельних та/або транспортних підприємств, їхніх структурних підрозділів або окремих дільниць разом з комплексом технічних засобів та дій, які забезпечують доведення матеріальних (зокрема товарних) потоків від пунктів їхнього зародження із залученням різноманітних виробників та посередників до кінцевих споживачів шляхом виконання над ними відповідних логістичних операцій.

Таким чином, логістика торговельного підприємства може і повинна трактуватися як комплекс логістичних операцій та процесів, які здійснюються торговельним підприємством для доведення товарних потоків до кінцевих споживачів товарів споживчого призначення. Основними функціональними напрямками діяльності торговельного підприємства у цій сфері є забезпечення процесів просторового переміщення товарної маси в системі товаропросування, розвиток інфраструктури оптової та роздрібної торгівлі, здійснення комплексу внутрішньомагазинних та складських торгово-технологічних операцій і їхній інформаційний супровід, виконання операцій зберігання товарів, їхньої підготовки до продажу, кількісних та якісних перетворень товарних партій, розвиток власного транспортного господарства торговельних підприємств та/або організація перевезень торговельних вантажів залученим транспортом, організація логістичного обслуговування споживачів через надання відповідних послуг.

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В КОМПЛЕКСІ МАРКЕТИНГУ

Рідченко А.О., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Жмайлов В.М.

Сьогодні сучасні споживачі скептично ставляться до багатьох ініціатив фахівців з маркетингу, тому залучити й утримати купівельний інтерес до якого-небудь виду товарів досить складно. Крайня інформаційна насиченість визначає необхідність серйозної боротьби за залучення та утримання увагу споживача, переконання споживача у привабливості і вигідності конкретного товару. В даний час, щоб забезпечити успішний продаж товару або послуги, компанії необхідно зробити більше, ніж просто стежити за його відмінною якістю, встановивши на нього найнижчу ціну, або просто розмістити товар найкращим чином на полицях магазинів. Компанія повинна продавати свої товари, супроводжуючи їх оригінальними, інформативними та привабливими зверненнями, які переконували б у відповідності цих товарів потребам і бажанням споживачів.

Маркетингові комунікації поряд з трьома іншими елементами маркетингу-мікс є ключовим фактором прийняття стратегічних рішень на основі плану маркетингу. План маркетингу являє собою документ, в якому відображається аналіз поточної маркетингової ситуації, ідентифікуються ринкові можливості і пов'язані з ними небезпеки, встановлюються цілі розвитку та складається план дій, спрямованих на їх досягнення.

Кожна з областей маркетингу-мікс має власні цілі та стратегії. Наприклад, мета і стратегія ціноутворення можуть полягати у збільшенні продажів на певній території за рахунок встановлення більш низької ціни на товар, ніж у основних конкурентів. Маркетингові комунікації покликані дати цільовим аудиторіям уявлення про загальну маркетингової стратегії фірми шляхом направлення їм спеціальних повідомлень про товар, його ціну і способи продажу з метою викликати їх інтерес або переконати прийняти певну точку зору.

Сучасний інтегрований маркетинг припускає не тільки рішення щодо пасивного завдання тривалого, ретельного і всебічного вивчення вимог споживання до товару, але і завдання з формування попиту і стимулювання збуту в цілях збільшення обсягів продажів, підвищення ефективності та прибутковості діяльності підприємства. Звідси, концепція інтегрального маркетингу дозволяє визначити спосіб оптимального поєднання продуктів, ціни, розповсюдження та просування таким чином, щоб потреби покупця виявилися чітко окресленими і виник синергізм між елементами структури маркетингу. Саме для цього і покликаний комплекс маркетингових комунікацій.

Маркетингова комунікація визначається як "переконуюча комунікація, конструктурована для направлення що відносяться до маркетингу послань обраної цільової аудиторії". Зсув центру уваги з товару на споживача було революцією в маркетингу. Лео Богарт пояснює, що, "коли в післявоєнні роки відбулася реорганізація американського бізнесу, маркетинг явно став однією з головних функцій", в якій координуються такі раніше розділені спеціалізації, як розробка продукції, стимулювання збуту, торгівля, реклама і вивчення ринку; "величезне значення отримав інтегральний маркетинговий план". Ідея координації має на увазі, що існує ряд елементів, які залучаються до маркетингового процесу, включаючи сам товар, канал його розподілу, зусилля по продажу і програму маркетингової комунікації.

На ці чотири елементи можна поглянути і в розрізі таких напрямків діяльності, як проектування і розробка товару, встановлення товарної марки, упаковка, ціноутворення, поширення, персональний продаж, реклама, стимулювання збуту та зв'язки з громадськістю. Кожен з елементів являє собою засіб комунікації Комбінація всіх чотирьох елементів, в результаті якої виникає координована структура передачі маркетингових послань, називається структурою просування.

Втілення в життя структури просування в координований вигляді є інтегральна маркетингова комунікація. Основними складовими структури просування є персо-функціональний продаж, реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг і упаковка. Всі вони присутні в більшості маркетингових планів.

Під маркетинговими комунікаціями фірми розуміється систематичне та комбіноване використання сукупності інформаційних зв'язків - від пошуку ринкової інформації, вибору цілей діяльності, ринкового сегмента, визначення оптимальних умов реалізації продукції до власне маркетингових комунікацій.

Комплекс маркетингових комунікацій покликаний сформувати попит і стимулювати збут, результатом чого має стати підвищення ефективності та прибутковості підприємства.

Маркетингові комунікації пов'язують всю діяльність з управління маркетингом в єдине ціле, забезпечуючи при цьому ефективне використання безпосередньо елементів (реклама, зв'язки з громадськістю - PR, стимулювання збуту - SP, директ-маркетинг - DM). Вплив на споживача здійснюється цілеспрямовано, системно, комплексно з максимальним використанням отриманої інформації про нього і урахуванням можливостей всього комплексу маркетингу.

Саме тому ряд вчених, вважають маркетингову комунікацію гіперфункцією маркетингу.

Таким чином, маркетингові комунікації забезпечують "агресивну політику" впливу на споживача.

ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Федірко Є.А., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Шумкова О.В.

Кожне підприємство має свій образ у свідомості інших учасників ринку, незалежно від того, усвідомлює воно це чи ні. У будь-якої організації існує імідж незалежно від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі. У випадку ігнорування керівництвом підприємства питання формування іміджу він складеться в споживачів стихійно, і немає ніякої гарантії, що він буде адекватним і сприятливим для фірми.Тому реально можна вибирати не в площині "хочу імідж - не хочу імідж", а між керованим і некерованим іміджем. І формування сприятливого іміджу для організації - процес більш вигідний і менш трудомісткий, ніж виправлення спонтанного несприятливого образа, що сформувався. Тому в сучасних умовах актульними стають питання оцінки та формування позитивного іміджу підприємства.

Методика формування корпоративного іміджу фірми може бути представлена наступною послідовністю кроків :

1. Аналіз маркетингового середовища фірми і виділення цільових (найбільш важливих для її діяльності) груп громадськості.
2. Формування набору найбільш істотних іміджетворчих факторів для кожної з цільових груп громадськості.
3. Розробка бажаного образа фірми (з погляду встановлених стратегічних цілей) для кожної цільової групи громадськості.
4. Оцінка стану іміджу фірми в кожній з цільових груп громадськості.
5. Розробка і реалізація плану заходів щодо формування позитивного іміджу фірми у свідомості цільових груп.
6. Контроль результатів, що досягаються, і корекція (при необхідності) плану.

У формуванні іміджу важливе місце займає стратегічне управління в організації. Стратегічне управління створює конкурентні переваги, які забезпечують успішне існування і розвиток підприємства в довгостроковій перспективі. Маркетингове стратегічне управління виходить з того, що створити стійку конкурентну перевагу — це значить запропонувати велику сприйману цінність споживачам і іншим зацікавленим групам. Ці переваги можуть бути зв'язані як з характеристиками вироблених товарів і послуг, так і з характеристиками самого підприємства і його положенням на ринку. У цьому випадку стратегію можна визначити як комплекс рішень по досягненню довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках.

Щоб сформувати для компанії справжній, позитивно дієвий, імідж необхідно досліджувати та аналізувати ринок, ставлення споживача до певного товару чи послуги. Завдяки цьому ми виявляється відношення зацікавлених груп до підприємства і його товарів.

Аналіз відносин між підприємством і споживачами надає, як показали численні дослідження в різних країнах, наступні можливості:

- визначення сильних і слабких сторін марки товару й іміджу підприємства;
- ідентифікувати можливості і загрози;
- оцінити ставлення споживача до товару;
- розрахувати ефективність впровадженої стратегій.

Цінність товару чи послуги визначається за допомогою опитувань, шляхом вивчення сприйняття споживачами товарів і їхніх переваг; іншими словами, це суб'єктивні переконання споживачів. Вибираючи марку (виробника), споживач заявляє про свій статус, демонструючи навколишнім свій стиль життя, інтереси, рівень добробуту.

Науковець Джоунс говорить про п'ять джерел формування додаткової цінності:

- досвід використання, тобто відповідність чеканням споживачів;
- представлення споживача, особливості цільової аудиторії;
- сила переконання, чи віри впевненості в товарі;
- зовнішні характеристики товару, його дизайн, оформлення;
- ім'я і репутація виробника.

Для оцінки сприйняття марки товару (іміджу підприємства) використовується метод прямого чи проективного (заснованого на асоціаціях) інтерв'ю.

Отримана в такий спосіб оцінка сприйняття торгової марки (підприємства) кладеться в основу стратегії позиціонування торгових марок, у якій визначаються заходи для формування в споживача потрібного іміджу марки товару і його виробника.

Отже, створення і підтримка сильного іміджу вимагає великих витрат, тривалого часу, виникає протиріччя між необхідністю постійно мати досить високий прибуток і довгостроковими інвестиціями в імідж, що не дають швидкої віддачі. Але треба розуміти, що якщо один раз підприємство уступить ринкові позиції, то повернутися на них буде вкрай складно, практично неможливо.

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Галіч О.М., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «МАР»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Слюсарева Л.В.

В умовах тривалих кризових явищ в економіці України великого значення набувають не тільки заходи щодо їхнього подолання, а й безпека для життя населення й екологічна чистота продукції, особливо продуктів харчування. Це вимагає від управлінських працівників упровадження певних заходів з метою освітніх технологій та організації безвідходного виробництва.

Оскільки через негаразди сьогодення переваги національних суб'єктів у перспективі в практичному розумінні не враховуються, необхідним видається створення умов для динамізму та поступового зростання продуктивності національного господарства. Підвищення добробуту нації на основі високого рівня конкурентоспроможності є не тільки основною метою уряду, а й загальнонаціональним завданням, до вирішення якого мають бути залучені всі верстви українського суспільства.

Класичні концепції конкурентоспроможності, що розглядають умови її досягнення у стабільному ринковому демократичному середовищі, часто не можуть відповісти на те, які заходи треба вжити щодо її збереження у сучасних умовах обома сторонами – сильною та слабкою.

При виникненні кризових явищ методи зменшення дії кризи розроблялися на національному рівні, іноді країни об'єднували свої зусилля. Однак грунтовно причини кризи не було розглянуто, антикризові заходи не в змозі ліквідувати справжні причини, що утворювалися внаслідок диспаритетності економічних систем. На сучасному етапі, коли уже виявляються негативні наслідки, зокрема і у високорозвинутих країнах (неплатежі за надані кредити, перевиробництво, підвищення міграції до цих країн, фінансова криза тощо), частіше виникають питання щодо необхідності регуляції та підвищення ролі держави у збереженні конкурентоспроможності, що зазнає надзвичайних ударів від зазначених наслідків.

Основні суперечності, що сьогодні спостерігаються, передусім полягають у підміні факторів конкурентоспроможності та методів її досягнення. Мається на увазі, що класичні передумови досягнення успіху в конкурентній боротьбі суб'єктами міжнародно–економічних відносин (значне накопичення капіталу, дешева кваліфікована робоча сила, необмежена сировинна база) самі по собі не можуть бути гарантом високого рівня конкурентоспроможності, особливо за умов різного масштабу цін цих ресурсів для конкурентів.

Отже, протиріччя та негаразди сучасного етапу розвитку світової економіки вносять нові корективи у класичні визначення конкурентоспроможності та методів її досягнення.

Як відомо, уряди приділяють велике значення питанню конкурентоспроможності національних економік у зв'язку з надзвичайною важливістю соціально-економічного завдання, що на них покладається: забезпечення стабільно високого рівня життя громадян суспільства.

Внаслідок існування тісного зв'язку між розвитком економіки та рівнем життя у суспільстві регулювання економічного механізму має пов'язуватися з удосконаленням методів, що надають розвитку нового поштовху. А отже, створення умов підвищення конкурентоспроможності економіки є одним із головних факторів забезпечення високого рівня життя нації. Натомість, сприяння монополізму через усунення конкурентів призведе до зниження фінансових можливостей, зокрема й для поліпшення якості життя.

Найкориснішою для збереження потенціалу конкурентоспроможності фірм є ситуація, за якої вимоги до товарів постійно підвищуються, зростає купівельна спроможність населення. Саме це є стимулом для конкурентів до успішної діяльності: збільшення обсягів продукції, поліпшення їх якості та асортименту.

Таким чином, стан конкурентоспроможності залежить від взаємозв'язку між умовами пропозиції та попиту, значних зусиль і витрат, своєчасного відновлення технічної бази виробництва і його об'єктів.

Аналізуючи вплив держави на формування високого рівня конкурентоспроможності національної економіки, доцільно розглянути конкурентоспроможність нації як вектор складових конкурентоспроможності товару, підприємства, сектора економіки та стану попиту в країні. Взаємодія зазначених складових визначає загальнонаціональний рівень конкурентоспроможності.

В умовах переходу України до відкритої ринкової економіки, боротьба за споживача на внутрішньому і зовнішньому ринках вимагає створення і виробництво дійсно конкурентних товарів.

Конкурентоспроможність підприємства водночас залежить від комплексу економічних умов їхнього виробництва та збуту. Визначення та оцінка конкурентних можливостей України ускладнені сучасним станом економічного розвитку. Сьогодні визначальним чинником формування високого рівня конкурентоспроможності є відновлення ефективної роботи усіх секторів національної економіки на розширеній основі, оскільки саме така політика стане корисною у змаганні з іноземними конкурентами, які практично усунули національного виробника від конкурентної боротьби.

ВИДИ МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ

Резніченко Н.І., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: ст. викладач Селезень О.М.

Система збуту - сукупність каналів розподілу, тобто осіб і організацій, що беруть участь у передачі права власності на товар від виробника до кінцевого споживача.Системи збуту можуть бути власними (внутрішніми і зовнішніми) і притягненими:

- власна внутрішня система збуту (підрозділи, що знаходяться на території підприємства: відділ збуту, магазин, кіоск, виставковий павільйон);
- власна зовнішня система (підрозділи й особи, що знаходяться за межами підприємства: збутові філії, торгові агенти, комівояжери).
- притягнена система збуту - юридично незалежні самостійні особи, що беруть участь у збуті продукції.

Рівні каналів розподілу: канал нульового рівня (власна система збуту, особистий продаж);

- одноріневий канал (виробник - роздрібний посередник - споживач); дворівневий канал (виробник - оптовий посередник - роздрібний посередник - споживач).

Просування - будь-яка форма комунікації, що використовується фірмою для інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари або послуги. Комплекс маркетингових комунікацій включає:

- рекламу - неособисту платну форма комунікацій від імені замовника;
- стимулювання збуту - короткострокові заходи щодо притягнення покупців, стимулювання торгових посередників, персоналу;
- особистий продаж - усне представлення товару або послуги з метою продажу в ході бесіди з одним або декількома потенційними покупцями;
- паблік рілейшнз - комплекс скоординованих дій, що здійснюється через ЗМІ з метою впливу на суспільну думку, зміну поведінки споживачів на свою користь;
- виставки, ярмарки;

Підприємства, що орієнтуються на маркетинг, значну увагу повинні приділяти організації товарного руху від виробника продукції до споживача. Комерційний успіх підприємства багато в чому визначається тим, як вдало вибрані канали реалізації виготовлених товарів, форми і методи збуту або чи достатнім є асортимент і рівень якості наданих підприємством послуг, що супроводжують продаж продукції.

Маркетингова організація збуту передбачає найефективніше використання насамперед існуючих форм реалізації товарів. Розглянемо, які в сучасних умовах використовуються форми збуту засобів виробництва і предметів споживання.Що стосується засобів виробництва, то основною формою їх реалізації стає оптова торгівля.

Існують такі форми оптової торгівлі:

- продаж продукції за прямими зв'язками між виробником і споживачем;
- торгівля через територіальні бази;
- торгівля через фірмові магазини та інші торгові організації міністерств, відомств, підприємств;
- торгівля через товарно-сировинні біржі.

Розвиток і вдосконалення зазначених форм оптової торгівлі необхідно враховувати при організації маркетингової діяльності підприємства. У концепції маркетингу в галузі збуту продукції можна виділити такі складові частини:

1. Вибір з перерахованих вище органів постачання такого типу, який найкраще відповідає конкретним умовам реалізації продукції з мінімальними збутовими витратами.
2. Прийняття рішення про використання в кожному географічному районі збуту: одного збутового органу даного типу чи декількох посередників або усіх збутових посередників.
3. Вибір конкретного збутового підприємства. Вирішення першого питання залежить від різноманітних умов, які можна звести до декількох груп факторів.

У першій групі визначаються фактори, які характеризують дане підприємство (фінансове становище, спрямованість ринкової стратегії і тактики, масштаби виробництва, конкурентоспроможність).

Друга група факторів зводиться до характеристики товару, що реалізується (вид товару, ціна, технічне обслуговування та ін.).

Третя група факторів пов'язана з характеристикою даного товарного ринку (ємність ринку, середній доход на душу населення в даному районі)

Четверта група факторів характеризує функціонування торгових каналів (довжина каналу реалізації, забезпеченість технічними службами)

Залежно від значення перерахованих вище факторів можуть бути вибрані: прямий зв'язок із споживачем, збут з допомогою оптового посередника, через фірмові магазини або оптові бази міністерств.

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ

Карагодова Д.С., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Лишенко М.О.

Позиціонування товару — забезпечення конкурентоспроможного стану товару на ринку і в свідомості споживачів. Мета позиціонування. — допомогти покупцю виділити товар серед аналогів і віддати йому перевагу. Виходячи з цього, позиціонування товару пов'язано із сегментуванням та визначенням цільових ринків, а також із виявленням ринкової ніші та вимог споживачів до нових товарів.

У процесі позиціонування товару на ринку розробляються короткострокові та довгострокові цілі щодо різних груп клієнтів. Неможливо бути всім для всіх: необхідно виявити свою ринкову нішу і розробити для неї свої ІПП. Для цього необхідно провести аналіз споживачів з метою виявлення інформаційних потреб, інформаційного попиту, переваг у виборі стратегії пошуку інформації.

Позиціонування товару — це оптимальне розміщення товару в ринковому просторі.

Значення позиціонування полягає в тому, що за його результатами фірма, маючи технологічні, фінансові та кадрові можливості, з урахуванням попиту, може приступати до виробництва нового товару; також виявляються можливості проникнення в певний сегмент ринку, здійснення конкретних маркетингових заходів, репозиціонування товару за іншими критеріями, вибору іншого сегменту ринку.

Існує декілька підходів (критеріїв) до позиціонування товару: за товарними атрибутами; за ціною та якістю; за використанням та застосуванням, за групами споживачів; за віднесенням товарів до відповідних класів; за основними конкурентами.

Аналіз потреб створює можливість подальшого позиціонування товару, використовуючи будь-який з можливих підходів (критеріїв): за специфічними властивостями; за способами застосування; стосовно кінцевого споживача; щодо товау-конкурента.

Позиціонування має стратегічний характер. Стратегія позиціонування може бути реалізована у двох варіантах: стратегія позиціонування однієї товарної марки та стратегія позиціонування кількох товарних марок. Якщо фірма обирає перший варіант, то, по-перше, необхідно визначити цільовий сегмент ринку, де вона може відігравати домінуючу роль, по-друге — дотримуватись таких вимог: позиціонування товарної марки має здійснюватися таким чином, щоб вона була в змозі витримувати конкуренцію з боку більш досвідчених конкурентів; позиція товарної марки повинна підтримуватись через уявлення про товар як унікальний. Така стратегія позиціонування доцільна, коли перед фірмою стоїть завдання досягнення найбільшої прибутковості за короткий час.

Другий варіант стратегії позиціонування обирається фірмою з метою підвищення обсягів реалізації за рахунок пропозицій різних товарів у різних сегментах ринку; запобігання конкурентній загрозі з боку підприємств, які обрали стратегію позиціонування однієї товарної марки. Але така стратегія позиціонування потребує наявності у фірми достатніх фінансових ресурсів для її успішного здійснення.

Стратегія позиціонування кількох товарних марок обирається підприємством при довгостроковій перспективі, оскільки єдина товарна марка, навіть якщо вона займає значну частину ринку, не буде постійно залишатись у цій позиції. Тому пропозиція інших товарних марок допоможе підприємству захистити свої позиції.

Дизайн упаковки являє собою один з етапів матеріалізації позиціонування бренду. У випадку якщо розробка дизайну ведеться без урахування позиціонування, упаковка може просто не спрацювати, оскільки дизайнер буде працювати без чіткого розуміння, що саме він створює і для якої аудиторії. Подібний дизайн упаковки не буде зрозумілий цільовою групою, не дасть їй чіткого і яскравого подання про бренд, яке виділило б його із загальної маси, і відповідно, буде марний.

Завдання грамотного позиціонування полягає у визначенні того вектора, за яким буде вестися подальша розробка, в описі точних пунктів, на які зможе спиратися дизайнер. При наявності розуміння цілей і завдань проекту робота над ним буде вестися більш чітко і коректно, що дозволить не тільки заощадити час і мінімізувати витрати, але і домогтися того результату, який буде належним чином сприяти вирішенню поставлених клієнтом завдань.

Позиціонування має бути простим, зрозумілим споживачеві і відповідати його реальним потребам. При цьому воно повинне залишатися оригінальним, що відрізняє даний бренд від інших. Важливий при розробці позиціонування і чинник реальності його втілення в продукті (технічні аспекти виробництва, фінансові можливості замовника і т.д.). На основі прийнятого позиціонування ведеться розробка шрифтів, які будуть впливати на потрібну цільову аудиторію, символів і знаків, що викликають певні асоціації та ін. Вкрай важливо, щоб позиціонування було аргументовано й достовірно з точки зору споживача, тоді споживач повірить у цю ідею, буде пам'ятати про бренд, віддавати йому перевагу в конкурентному ряду і спеціально шукати у продажу. Але навіть у тому випадку, коли матеріалізація дизайну упаковки виконана в суворій відповідності з позиціонуванням, її необхідно протестувати на сприйняття цільовою аудиторією.

МАРКЕТИНГ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Титаренко Н.М., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Галенін Р.В.

В умовах ринкової економіки одним із чинників ефективного функціонування господарюючих суб'єктів є вихід на міжнародні ринки.

При виході на зовнішній ринок підприємство потрапляє в умови жорсткої міжнародної конкуренції. В цих умовах можна успішно працювати, лише застосовуючи сучасні методи управління, в тому числі і маркетинг. Під маркетингом розуміється система внутрішньофірмового управління, спрямована на вивчення і облік ринкового попиту, потреб і вимог конкретних споживачів до продукту для більш обґрунтованої орієнтації науково-технічної і виробничо - збутової діяльності фірми на випуск конкурентоспроможних видів продукції, щоб забезпечити отримання планованого розміру прибутку. Концепція маркетингу полягає в тому, що вся діяльність підприємства, включаючи програми науково-технічних досліджень, виробництва, капіталовкладень, фінанси, використання робочої сили, а також програми збуту, технічного обслуговування і т.д., ґрунтується на сучасному стані споживчого попиту та прогнозуванні його змін в перспективі. Принципових, корінних відмінностей між маркетингом для внутрішнього (діяльність всередині країни) і зовнішнього ринків немає. І в тому і в іншому випадку використовуються різноманітні методи, засоби, прийоми та принципи маркетингової діяльності. Проте враховувати особливості зарубіжних ринків при управлінні підприємством необхідно.

Зовнішні ринки висувають більш високі вимоги до пропонованих ними товарам, їх упаковці, сервісу, рекламі і т.д. Це пояснюється гострою конкуренцією між фірмами - виробниками товару і переважанням «ринку покупця», тобто помітним перевищенням пропозиції над попитом.

Вивчення зовнішніх ринків, їхніх можливостей більш трудомістка й складно, оскільки вимагає вивчення великої кількості інформації з різних джерел.

Ефективна робота на зовнішньому ринку неможлива без творчого і гнучкого використання комплексу маркетингових методів: правильного вибору збутової організації, контролю за роботою торгових посередників, вибору та застосування різних методів стимулювання збуту, ділової діяльності, реклами та ін.

Для ефективної роботи необхідно враховувати вимоги зовнішнього середовища маркетингу: особливість чинного законодавства, міжнародні правила, соціально-культурне середовище, звичаї, правила валютно-фінансових розрахунків, політику та ін.

Існують і інші відмінності міжнародного маркетингу. Характер, форми і методи маркетингової діяльності будуть залежати від виду товару.

Дослідження ринку служить основою маркетингу і передбачає аналіз усіх умов, що мають значення для успішної реалізації товару. Програма комплексного дослідження залежить від особливостей товару, характеру діяльності підприємства, масштабів виробництва експортних товарів та інших чинників.

Принципи маркетингу:

1. Націленість на комерційний результат - оволодіння бажаної часткою ринку на основі певного терміну, ресурсів та відповідальності.
2. Комплексний підхід до досягнення висунутих фірмою цілей.
3. Максимальне пристосування до умов і вимог обраного ринку з одночасним цілеспрямованим впливом на нього.
4. Довготривалий «горизонт бачення» своїх цілей і у відповідності з цим вибір напрямку діяльності.

Активність, наступальність, заповзятливість менеджерів всіх рівнів підвищує швидкість сприйняття нових ідей, проблем і методів їх вирішення.

Основною властивістю маркетингу є виробництво і продаж людям тих товарів, які обов'язково будуть куплені. І в жодному разі не можна намагатися нав'язувати покупцям будь вироблений фірмою товар.

Методи маркетингу пройшли тривалий шлях розвитку, і вони постійно змінювалися, вдосконалювалися з урахуванням і відповідно до розвитку ринкових відносин. Важливим вихідним моментом успіху маркетингу є наявність сучасного, вигідного покупця товару. Головною функцією маркетингу є обґрунтування цільових позицій управління активністю підприємства на світовому ринку.

Таким чином, міжнародний маркетинг являє собою самостійну галузь діяльності при виході її на зовнішні ринки.Більше коротко і узагальнено міжнародний маркетинг можна визначити як комплекс заходів фірми по реалізації зовнішньоекономічної діяльності за межами своєї країни.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ковбаса І.Ф., студ.4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: асистент Макарова В.В.

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 організовувати за принципами так званого світового маркетингу, що ґрунтується на концепції прогностичних техніко-економічних розробок новітніх поколінь товарів та послуг, робіт. Для того, щоб реалізувати продукцію, підприємства повинні використовувати широкий набір комерційних засобів, які утворюють маркетинговий комплекс.

Маркетинг - це комплексна система організації виробництва і збуту, орієнтованих на більш повне задоволення попиту конкретних споживачів і отримання на цій основі прибутку. Призначення сучасної концепції маркетингу – пов'язати наукові, дослідно-конструкторські, фінансові, виробничі, сировинні та наукові ресурси, а також потенційні можливості організації збуту в чітко скоординовану та керовану систему. Використання у нашому економічному житті принципів маркетингу допоможе використати вирішення таких серйозних проблем, як монополізація виробництва, старіння технології, низький рівень продуктивності праці, відсутність мотивації праці, допоможе подолати консервативне економічне мислення тощо.

Сьогодні концепцію маркетингу в Україні можна подати у такому вигляді:

- розробка та виготовлення продукції, першою чергою необхідної споживачеві;
- встановлення на товари та послуги цін, вигідних як для покупців, так і для підприємств, аби забезпечити їм достатній рівень прибутку;
- налагодження виробництва необхідної кількості товарів та надання послуг на базі їх якісного використання;
- широкий розвиток оптової та роздрібної торгівлі;
- активне розповсюдження різних товарів та послуг на відділені регіональні ринки;
- залучення іноземного капіталу, перш за все у вигляді новітніх технологій та сучасних виробництв;
- створення продукції, конкурентноспроможної на світовому ринку.

Теорія та особливо практика маркетингу в Україні розвинуті недостатньо. Враховуючи певні особливості, притаманні українській економіці, навряд можна очікувати, що просте копіювання світового досвіду науки про створення ринку матиме успіх. Найкращі досягнення у цій сфері необхідно принципово обмірковувати, пристосовувати до нашої господарської ситуації, доповнити їх якісно новими положеннями, сформулювати власні цільові функції.

Наукові дослідження направлені в першу чергу на аналіз ринку, поведінку споживачів і конкурентів. При конструюванні виробу ведуча роль належить не інженерам і технологам, а дизайнерам. Філософію керівництва можна висловити фразою "Ми управляємо не виробництвом, а збутовою фірмою, яка задовільняє потреби покупців, споживачів". При цьому апарат маркетинг-директора рекомендує вигідні сигменти ринку, дає прогнози об'ємів продажу і тенденцій їх змін, навіть до зняття продукції з виробництва, виробляє вимоги до іміджу підприємства, контролює фінансові, дослідницькі, конструкторські і технологічні дії в відповідності до виданих прогнозів і рекомендацій.

На конкретному підприємстві маркетинг має свої ступені розвитку. Перший крок – це підхід, орієнтований безпосередньо на ту чи іншу продукцію, в результаті реалізації якої на ринку очікується отримання прибутку. В цьому випадку підприємство шукає можливості, як найкраще виявити та аргументувати на ринку відмінності свого товару від товарів конкурента. При цьому основний ланцюг пошуку – інженерні, технічні рішення, запити покупців – ігнорується. З появою конкурентів, які виробляють одну й ту ж саму продукцію, з однаковими параметрами, підприємства починають змагатися між собою, боротися за ринок збуту. Ось тут і починається мислення категоріями маркетингу. Підхід типу "продукт" міняється підходом типу "поставки". Наступний етап – це розширення спектру функцій, створення виробів різних по застосуванню і призначенню, каналів їх збуту. Підприємство, яке виробляє, наприклад, бісквіти, стає одночасно власником магазинів і ресторанів, де продають свою продукцію.

Щоб успішно орієнтувати виробництво на вимоги ринку, потрібно перш за все добре його знати. Інформаційний інструментарій маркетингу – це, по суті, його буквар, який повинен бути освоєним кожним, хто взявся за цю справу. Вивчення ринку – важлива функція маркетингу, в результаті реалізації якої, підбираються потенційні покупці. Перша ступінь в цьому процесі – сегментація ринку, поділ його, що дозволяє модифікувати якісні характеристики товару у відповідності з запитами окремих груп потенційних споживачів, створює основу для вибору стратегії і дає можливість більш-менш точно визначити сумарний об'єм ринку. Сегментація дає конкретні аргументи для реклами і продажу товарів відповідної номенклатури, визначених споживчих властивостей.

Таким чином, підприємства на сучасному етапі розвитку ринкових відносин намагаються вдосконалити маркетингові заходи, знайти нові шляхи і методи виходу на зовнішні ринки.

МАРКЕТИНГ В БАНКІВСЬКІЙ СПРАВІ

Швед О.А., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Муштай В.А.

У будь-який період розвитку суспільства банки активно впливають на суспільні відносини, оскільки є фінансовими інститутами, що накопичують і розповсюджують особливий товар – платіжні кошти. Банки здійснюють кредитні операції за різноманітними схемами, беруть участь у реалізації важливих загальнодержавних програм з фінансової підтримки розвитку пріоритетних сфер і галузей економіки, впроваджують у практику ефективні й гнучкі кредитні інструменти.Маркетинг відіграє важливу роль в діяльності українських банків. Сьогодні поняття маркетингу в банківській сфері включає виявлення існуючих і потенційних ринків для надання послуг; вибір сфер найбільш вигідної пропозиції банківських послуг і визначення потреб клієнтів в цих сферах; встановлення короткострокових та довгострокових цілей для розвитку тих, що існують і створення нового вигляду послуг; пропозиції послуг таким чином, щоб залучити якомога більше уваги клієнтів до їх придбання при дотриманні умови постійного контролю з боку банку за якісним їх виконанням. Банки відносяться до особливої категорії ділових підприємств – фінансових посередників. Вони залучають капітали, заощадження населення та інші вільні грошові кошти, які вивільняються у процесі господарської діяльності та надають їх у тимчасове користування іншим економічним агентам, які потребують додатковий капітал.

Банківський маркетинг пов'язаний з особливостями та абстрактністю продукту, договірним характером відношень, тривалістю часу використання банківських послуг. Договірний характер банківських послуг сликає необхідність роз'яснення клієнтові її змісту. Порівняно з іншими послугами визначення і зіставлення якості різних банківських послуг вимагають від споживача досить високої економічної культури. Необхідність і залежність банківської діяльності від довіри клієнтів, а також існуючі особливості банківської конкуренції накладають суттєвий відбиток інструментарій банківського маркетингу.Маркетологи банку постійно вирішують низку завдань, вдосконалюють існуючі проекти, створюють нові види послуг, роблять усе можливе і неможливе для поліпшення сприйняття інформації споживачем та покращення його благоустрою. Щодня працюють над створенням привабливих позицій та вигідних програм, що здатні задовольнити основні вимоги, потреби та побажання.

Маркетингова система комерційного банку включає в себе три блоки:

1. Маркетинговий підхід, який представлений усвідомленням сутності і принципів банківського маркетингу, формуванням своєрідної філософії здійснення банківського бізнесу.

2. Маркетинговий процес, що включає в себе такі основні етапи:

- вивчення ринку;
- стратегічне і тактичне планування
- розробка продукту;
- ціноутворення (цінова політика);
- організація збуту банківських послуг;
- система стимулювання збуту банківських послуг.

3.Маркетингова служба, яка представлена організаційними підрозділами на різних рівнях банківської ієрархії.

До принципів банківського маркетингу належать:

Концентрація зусиль на задоволення потреб споживача. Цей принцип реалізується шляхом аналізу ринку, розробки продукту та відповідної цінової і комунікаційної політики. Спрямованість на довгостроковий результат. Реалізується шляхом складання стратегічного плану. Спрямованість на досягнення позитивних комерційних результатів на окремих сегментах ринку. Реалізується шляхом складання тактичного плану, вивчення і планування витрат і доходів від роботи на окремих сегментах ринку, оцінки кінцевих результатів діяльності.

Враховуючи все вище зазначене можна сказати, що банківський маркетинг - це філософія, стратегія і тактика банківського бізнесу, що базується на комплексному аналізі та сегментуванні ринку банківських послуг, здійсненні оптимальної продуктової, цінової, збутової і комунікаційної політики і спрямована на гармонійне балансування інтересів банку, існуючих і виникаючих потреб наявних і потенційних банківських клієнтів та суспільства в цілому. Таке визначення сутності банківського маркетингу, на нашу думку, найбільш повно відповідає практичним потребам ефективної організації маркетингової діяльності банків.

Отже, підвищення ефективності функціонування банківських інститутів, поліпшення економічних показників діяльності банку, які надають конкурентні переваги, треба забезпечувати за допомогою реалізації банківського маркетингу та повного інформування споживачів про надання банківських послуг. З іншого боку, проведення ринкових реформ в Україні не можливе без підвищення ефективності маркетингової діяльності банку.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТА ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Ситник В.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец «Облік і аудит»
Науковий керівник: д.е.н., проф. Кравченко С.А.

Стан і використання основних виробничих засобів є важливим фактором підвищення ефективної діяльності підприємства. Для забезпечення відтворення основних виробничих засобів важливе значення має вивчення їхнього стану та використання.

Основні засоби поділяються на виробничі і невиробничі. До основних виробничих засобів відносяться засоби, які опосередковано приймають участь у виробничому процесі, а до невиробничих – ті, що створюють умови для життя робітників. Особливу увагу приділяється діленню основних засобів на активну та пасивну частину. Збільшення долі активної частини основних засобів сприяють збільшенню показників випуску продукції та економічної ефективності діяльності підприємства. У процесі виробництва основні засоби зношуються фізично і старіють морально. Ступінь фізичного зносу основних засобів визначається в процесі нарахування амортизації. Цей процес можна розглядати в кількох аспектах: По-перше, як метод визначення поточної оцінки не зношеної частини основних засобів. По-друге, як спосіб віднесення на готову продукцію одноразових витрат на основні засоби. По-третє, як спосіб нагромадження фінансових ресурсів для заміщення виведених з виробничого процесу основних засобів або для вкладання коштів у нові виробництва.

Відтворення основних виробничих засобів – це процес безперервного їх поновлення.

Розрізняють просте та розширене відтворення. Просте відтворення основних засобів здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів або заміна старого устаткування на аналогічне, тобто тоді, коли постійно відновлюється попередня виробнича потужність. Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних засобів або придбання нових основних засобів, які забезпечують вищий рівень продуктивності устаткування. Процес відтворення основних виробничих засобів має низку характерних ознак, зокрема: 1) основні виробничі засоби поступово переносять свою вартість на вироблену продукцію; 2) у процесі відтворення основних виробничих засобів одночасно відбувається рух їхньої споживної вартості; 3) нарахуванням амортизаційних відрахувань здійснюється нагромадження в грошовій формі частково перенесеної вартості основних виробничих засобів на готову продукцію; 4) основні виробничі засоби поновлюються в натуральній формі протягом тривалого часу. Що створює можливість маневрувати коштами амортизаційного фонду.

Необхідність оновлення основних виробничих засобів за ринкових відносин визначається передовсім конкуренцією товаровиробників. Саме конкуренція спонукає підприємства здійснювати прискорене списання основних виробничих засобів з метою нагромадження фінансових ресурсів для наступного вкладання коштів у придбання більш прогресивного устаткування, впровадження нових технологій та іншого поліпшення основних виробничих засобів.

Будь-яке підприємство незалежно від форми створення й виду діяльності повинне постійно розглядати рух своїх основних виробничих фондів, їх склад та стан, ефективність використання. Дана інформація дозволяє підприємству знайти шляхи та резерви підвищення ефективності використання основних виробничих фондів, а крім того вчасно виявити та скоригувати негативні відхилення, які в подальшому можуть спричинити серйозні наслідки для успішної діяльності підприємства. Джерелами інформації для проведення обліку є бізнес-план підприємства, план технічного розвитку підприємства, звітний бухгалтерський баланс підприємства, додаток до балансу, звіт про наявність та рух основних засобів, баланс виробничої потужності, дані про переоцінку основних засобів, інвентарні картки обліку основних засобів, проектно-кошторисна, технічна документація та інші документи. Напрями підвищення ефективності використовування основних виробничих фондів можуть бути різноманітними.

1. Підвищення якості сировини, маючи на увазі збільшення кількості корисних речовин в сировині і його технологічність, можливості видобутку продукту. З підвищенням якості сировини вихід товарної продукції підвищується, а при тих самих діючих основних виробничих фондах підвищується фондовіддача. З урахуванням досягнень вітчизняної і зарубіжної практики це дозволяє збільшити фондовіддачу на 20-25%.

2. Зменшення втрат корисних речовин у відходах. Промислова утилізація відходів на місці їх виникнення дозволяє збільшити об’єми продукції до 20%, а фондовіддачу на 10-15%.

3. Впровадження досягнень сучасного науково-технічного прогресу і, в першу чергу, безвідходних, маловідходних, ресурсозберігаючих технологій і техніки для їх здійснення. Це збільшує вихід продукції з того ж об’єму переробленої сировини і фондовіддачу. Сюди можна віднести впровадження нових систем автоматизованого управління основними виробничими фондами.

Підвищення ефективності використання основних фондів в даний час має величезне значення. Підприємства, що мають в своєму розпорядженні основні фонди, повинні не тільки прагнути їх модернізувати, але і максимально ефективно використовувати те, що є, особливо в існуючих умовах дефіциту фінансів і виробничих інвестицій.

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Бойко В.М., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Онопрієнко І.М.

Збутова політика фірми – це організація оптимальної збутової мережі для ефективного продажу вироблених товарів, а саме створення оптової і роздрібної торгівлі, визначення маршрутів руху товарів, організації транспортування, зберігання, системи постачання, пунктів техобслуговування і виставкових залів, забезпечення ефективності руху товару.

Діяльність підприємства в області збуту і розподілу продукції повинна бути підпорядкована певним цілям. По-перше, забезпечувати доставку вироблених товарів у необхідній кількості в таке місце і час, який найбільше влаштовують споживачів. По-друге, сприяти залученню уваги покупців до продукції фірм і стимулювати розширення її продажу кінцевим споживачам.

Як результат досягнення зазначених цілей, інструментом впливу на споживача з боку фірми в рамках збутової політики є, з одного боку, канали розподілу, їх структура, сам процес вибору збутових каналів, а з іншого - дії з розробки та реалізації маркетингових заходів з фізичної дистрибуції товару.

Будь-яке підприємство здійснює свою діяльність в рамках конкретної економічної ситуації і відчуває необхідність вирішення проблем, пов'язаних з чотирма сферами: світова економіка (умови торгівлі, збутові витрати, валютні курси і т.д.), національна економіка (політика уряду і т. д.) , споживчий ринок в широкому сенсі, безпосередній ринок збуту. "Ефект тиску" з боку цих чотирьох сфер на діяльність підприємства має обов'язково братися до уваги при складанні планів маркетингу і збутової діяльності. Канал розподілу (товару) являє собою сукупність взаємозалежних організацій, що роблять товар або послугу доступною для використання або споживання. Роль каналу розподілу полягає в переміщенні товарів від виробника до споживача.

Завдяки каналу усуваються розриви в часі, місці і праві власності, що відокремлюють товари і послуги від покупців. Учасники каналу розподілу виконують такі важливі функції як: розподіл і збут виробленої продукції, маркетингові дослідження, стимулююча політика просування товару до покупця, проведення рекламних заходів, встановлення контактів із споживачами, допоміжні види робіт: сортування, монтаж та упаковка, добірка товару, проведення та укладення договорів, організація товароруху - транспортування, складування і зберігання товару, фінансування витрат по функціонуванню каналу руху товару, прийняття на себе ризиків торговельних угод, робота з обслуговування проданих товарів.

Існують два основних типи каналів руху товарів - прямі і непрямі. Прямі канали руху товару (канал нульового рівня) пов'язані з переміщенням товарів і послуг від виробника до споживача без використання незалежних посередників. Вони найчастіше використовуються підприємствами, які хочуть контролювати свою маркетингову програму, прагнуть до тісного контакту зі споживачами і у своєму розпорядженні обмежені цільовими ринками. Розрізняють три основні способи прямого продажу – «торгівля рознос», посилочну торгівля і торгівля через магазини, що належать виробнику.

Непрямі канали руху товару пов'язані з переміщенням товарів і послуг від виробника до незалежного учасника руху товарів, а потім до споживача. Вони зазвичай приваблюють фірми, які, щоб збільшити свої ринки і обсяг збуту, згодні відмовитися від багатьох збутових функцій і витрат і відповідно від певної частки контролю над каналами збуту і контактів зі споживачами.

Непрямі канали розподілу можна охарактеризувати за кількістю складових їх рівнів. Рівень каналу розподілу - це будь-який посередник, який виконує роботу з наближення товару й права власності на нього до кінцевого покупця. Довжина каналу позначається кількістю наявних у ньому проміжних рівнів.

Однорівневий канал включає в себе одного посередника - роздрібного торговця або агента по збуту. Дворівневий канал включає в себе двох посередників. На споживчих ринках такими посередниками стають оптовий і роздрібний торговці. Трирівневий канал включає в себе трьох посередників, коли між оптовими і роздрібними торговцями звичайно стоїть дрібний оптовик.

Керівництво підприємства регулює процес збуту безпосередньо через маркетингові служби, контролюючи вигідні умови для поставок товару залежно від вибраного каналу розподілу оповику чи кінцевому споживачу. Рівень каналу розподілу регулюється залежно від основних цілей та потреб фірми, яких цілей підтримується підприємство в охоплені ринку.

Залежно від розмірів підприємство має можливість утримувати свої склади та установи для зберігання та передпродажної підготовки вже готової продукції. За рахунок цього зменшуються потреби в послугах інших підприємств, що в свою чергу зменшить собівартість продукції, та її кінцеву вартість, що збільшить її конкурентоспроможність та збільшить збут продукції.

Таким чином, збутова діяльність відіграє невід'ємну роль в діяльності будь-якої фірми. Залежно від стратегії яку обирає підприємство можна розрахувати найбільш прибуткові методи реалізації товарів чи послуг. Раціональне здійснення збутової діяльності в потрібному місці, в потрібний час забезпечує максимальний прибуток підприємства.

ЕФЕКТИВНІСТЬ КАНАЛІВ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Попова О.С., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Онопрієнко І.М.

Будь-яка фірма усвідомлює, що її товари не можуть подобатися відразу всім покупцям. Покупців цих дуже багато, вони широко розкидані і відрізняються один від одного своїми потребами і звичками.

Деяким фірмам краще усього зосередитися на обслуговуванні певних частин, або сегментів, ринку. Кожна фірма повинна виявити найбільш привабливі сегменти ринку, які вона в змозі ефективно обслуговувати.

Якогось єдиного методу сегментації ринку не існує. Діячеві ринку необхідно випробувати варіанти сегментації на основі різних змінних параметрів, одного або декількох відразу, в спробах відшукати найбільш корисний підхід до розгляду структури ринку. При сегментації споживчих ринків враховують основні географічні, демографічні, психограсрічні і поведінкові змінні. Для забезпечення ефективної реалізації виробленої продукції підприємству необхідно здійснювати комплекс заходів, які забезпечують фізичне переміщення та розподіл товарної маси у ринковому просторі, доведення товарів до споживачів і організацію їх ефективного споживання або використання. Все це присутнє у розробці маркетингової політики розподілу підприємства.

Дослідження основних форм і методів розподілу спрямоване на пошук перспективних засобів просування товарів до кінцевого споживача і організацію торгівлі на основі всебічного аналізу і оцінки ефективності використовуваних каналів і способів розподілу.

Основними критеріями відбору каналів збуту є:

1. швидкість товаропросування; 2. рівень витрат обігу; 3. обсяги реалізації товарів.

Ефективною вважається така система підібраних каналів розподілу і методів, яка доводить товар до місця реалізації за дуже короткий термін, затрати на організацію мінімальні, обсяги продажу та прибутки максимально високі. Головною метою відбору методів і каналів розподілу є скорочення сумарної величини збутових витрат, яке залежить від рівня комерційної роботи і служби збуту.

Вибрані підприємством канали самим безпосереднім чином впливають на всі інші рішення в сфері маркетингу. Політика цін залежить від того, яких дилерів вибрала фірма - великих і першокласних або середніх і рядових. Корисність маркетингової політики розподілу полягає в забезпеченні своєчасного пропонування товару (корисність часу), доставки товарів до місць попиту (корисність місць), зміна форми і вигляду товарів з метою досягнення більшої привабливості для споживачів (корисність форми), можливості придбання товарів (корисність власності). Посередники, завдяки своїм контактам, досвіду і спеціалізації, дозволяють забезпечити широку доступність товару і доведення його до цільових ринків. Завдяки їм ліквідуються тривалі розриви в часі, місці і праві власності, що відокремлюють товари і послуги від тих, хто хотів би ними скористатися.

Отже, для організації діяльності по реалізації готової продукції на підприємствах створюється служба збуту. Сучасна система збуту товарів - ключова ланка маркетингу і свого роду (фінішний комплекс у всій діяльності фірми по створенню, виробництву і доведенню товару до споживача. Власне, саме тут споживач або визнає, або не визнає всі зусилля фірми корисними і потрібними для себе і, відповідно, купує або не купує її продукцію чи послуги. Тому підприємству під час організації служби збуту необхідно вирішити велику кількість проблем: планування майбутніх витрат на збут продукції; вибір оптимальних каналів розподілу продукції та ефективне управління ними; розподіл функцій між посередниками; організація маркетинг - логістики; контроль збуту; стимулюючі заходи; підбір торгового персоналу та інше. Керівництво підприємства особливо зважено проводить вибір системи каналів розподілу продукції, враховуючи велику кількість ньюансів у цьому питанні. Для більшості ринків фізична або психологічна відстань між виробниками і кінцевими користувачами така, що ефективне узгодження попиту і пропозиції вимагає наявності посередників. Необхідність збутової мережі обумовлена тим, що виробник неспроможний прийняти на себе всі обов'язки і функції, витікаючи з вимог вільного обміну відповідно до очікувань потенційних споживачів. Звернення до посередників означає для фірм втрату контролю над певними елементами процесу комерціалізації. Збутова політика підприємства спрямована на підвищення ефективності фірми, тому що в сфері збуту остаточно виявляються всі зусилля маркетингу по підвищенню прибутковості. Пристосовуючи збутову мережу під споживача підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі. Саме в даній сфері підприємець знаходиться ближче до покупця. Збут товару є ланцюжком, що пов'язує підприємство-виробника із споживачем через проміжні ланки: збувальників, торгових посередників, ініціаторів покупки.

Таким чином, управління збутовою діяльністю на підприємствах має за мету ефективне та планомірне використання всіх економічних, організаційних і соціальних можливостей для досягнення кінцевих цілей функціонування цього підприємства.

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Лазоренко А.О., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Онопрієнко І.М.

Зважаючи на те, що основні права і обов'язки щодо організації оплати праці передано державою підприємствам, це вимагає застосування стандартів, диференційованих систем оплати праці й тарифні умови, які б забезпечували ефективність. Тому актуальним питанням є обґрунтування підходу до формування облікової політики цього об'єкта обліку, адекватної ринковим умовам господарювання та вимогам міжнародних і національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

Питання обліку оплати праці на сільськогосподарських підприємствах відображені в працях вітчизняних вчених: П.Й. Атамаса, О.С. Бородкіна, Ф.Ф. Бутинця, М.Я. Дем'яненка, В.М. В.В. Сопко, П.Я. Хомина та ін. Основною проблемою організації обліку оплати праці на сільськогосподарських підприємствах залишається відсутність розроблених методик та положень облікової політики.

Головною метою облікової політики щодо оплати праці є організація формування інформації для здійснення функцій управління господарськими процесами, вироблення напрямків стабілізації, самозбереження і розвитку виробничої системи в умовах дії факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, насамперед мотиваційної складової. Для цього облікова політика має бути узгодженою із зовнішнім і внутрішнім середовищем діяльності сільськогосподарського підприємства і задачами управління.

Загальновизнано, що завданнями обліку праці та її оплати є:

- точне і своєчасне документальне оформлення даних про обсяг виконаних робіт, одержаної продукції і нарахованої оплати праці відповідно до кількості та якості затраченої праці;
- правильне нарахування оплати праці кожному працівникові відповідно до діючих Положень;
- дотримання порядку розподілу оплати праці за об'єктами бухгалтерського обліку;
- повний і своєчасний розрахунок з працівниками;
- вчасне складання та подання бухгалтерської і статистичної звітності по оплаті праці. Забезпечуючи виконання цих завдань, бухгалтерський облік оплати праці має великий вплив на трудову дисципліну, мобілізує працівників на виконання робіт і пошук резервів підвищення ефективності виробництва.

Оскільки прийоми облікової політики визначаються певними принципами, вони повинні найповніше розкритись при методичному обґрунтуванні обліку оплати праці на підприємстві.

Формуючи облікову політику, необхідно керуватися основними принципами бухгалтерського обліку та фінансової звітності: обачності, повного висвітлення, автономності, послідовності, безперервності, нарахування та відповідності доходів і витрат, превалювання сутності над формою, історичної (фактичної) собівартості, єдиного грошового вимірника та періодичності.

Принцип послідовності безпосередньо стосується облікової політики підприємства у розділі облікової політики, що стосується організації облікових робіт на підприємстві необхідно відобразити:

- перелік осіб, відповідальних за ведення обліку оплати праці та їх посадові інструкції;
- перелік центрів витрат та сфер відповідальності; комерційну таємницю та порядок її захисту; систему внутрішнього контрою тощо.

На формування облікової політики здійснюють свій вплив ряд факторів, які за сферою охоплення системи обліку необхідно виокремити у дві групи: загальні і спеціальні.

До групи загальних факторів відносяться фактори, які здійснюють свій вплив на усю систему обліку, а до спеціальних - ті, які впливають на окремий об'єкт обліку (наприклад, оплата праці, запаси, основні засоби тощо).

Тому доцільно стверджувати, що нормативно- правове регулювання створює політику оплати праці, а договірне - реалізує її.

Формування облікової політики за системного підходу передбачає розробку кількох її концепцій:

- фактичної, яка базується на обліковій інформації фактичного стану виробничої системі;
- нормативної, яка відповідає реальним можливостям досягнення облікових показників з урахуванням поточних прогресивних заходів, передбачених для впровадження у виробництво;
- прогностичної, облікові показники якої характеризують перспективний стан виробничої системи.

Використання концептуального підходу орієнтує облікову політику на досягнення бажаного перспективного стану виробничої системи, і трудових ресурсів у її складі, - не обмежуючись показниками ретроспективи та фінансовою звітністю, складеною на її основі.

Отже, методологічною основою системного підходу щодо формування облікової політики, насамперед, є визначення підприємства як виробничої системи з відповідною організаційною структурою та інформаційною мережею забезпечення функцій управління, здатною реагувати на зміни як зовнішнього так і внутрішнього середовища. Такий методичний підхід орієнтує на розгляд облікової політики комплексно з позиції її впливу на результативність виробництва.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ МОЛОДНЯКУ ТВАРИН І ТВАРИН НА ВИРОЩУВАННЯ І ВІДГОДІВЛЮ

Мартиненко С.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Кобилкін О.М., к.е.н., доцент

Головним завданням розвитку галузі тваринництва є визначення основних напрямів формування ефективного виробництва, насичення ринку продуктами тваринного походження, а також сировиною для промисловості, створення умов для рентабельного ведення галузі.

Аналіз досліджень і публікацій вітчизняних вчених дає підстави стверджувати про їх внесок в удосконалення бухгалтерського обліку. Проте є ряд проблем, що залишаються нерозв'язаними. Зокрема, порядок відображення витрат на виробництво сільськогосподарської продукції, їх скорочення у розрізі статей та елементів; отримання реального рівня рентабельності або окупності капіталу; документальне відображення господарських операцій та його удосконалення з метою скорочення витрат праці облікових працівників.

Важливим моментом удосконалення обліку молодняка великої рогатої худоби є внесення правок в існуючі форми первинних документів.

Розрахунок визначення приросту тварин використовується на кожен вид тварин. Як відомо бухгалтер в кінці кожного місяця робить розноску даних, використовуючи при цьому декілька однакових форм, їх також можна звести в одну. Тобто шляхом подовження форми групуються дані по всіх видах тварин в один документ.

Одним із завдань облікового процесу є надання чіткої інформації для подальшого аналізу, тому до удосконалення облікової роботи можна віднести використання нормативного методу. Тобто у первинних документах на списання матеріальних цінностей можна додати графи, де буде вказаний норматив витрат. В подальшому при аналізі вже не потрібно буде використовувати дані двох різних документів, адже все міститиметься в одному.

Слід відмітити, що на сьогодні організація первинного обліку біологічних активів тваринництва не відповідає сучасним вимогам щодо надання повної, достовірної та вчасної інформації про їх наявність, рух та вартість, тобто не дотримується принцип повного висвітлення.

На зміну справедливої вартості молодняку тварин у порівнянні з оцінкою в момент оприбуткування впливають два фактори: зміна ваги та інших якісних характеристик і кон'юктура цін на активному ринку. Отже, документальним підтвердженням справедливої вартості додаткових активів тваринництва (молодняку на відгодівлі) на звітну дату можуть слугувати Розрахунок визначення приросту (ф. 98а) або Бухгалтерська довідка, складена по окремій обліковій групі.

Враховуючи вимоги до повноти та якості облікової інформації, що відображається в первинних документах, пропонуємо удосконалити Акт на оприбуткування приплоду тварин з урахуванням вимог П(С)БО 30 "Біологічні активи". Використання сприятиме швидкому та обґрунтованому переходу облікової роботи від визначення планової до встановлення справедливої вартості додаткових біологічних активів. Крім того, відображення методу визначення справедливої вартості в окремому рядку сприятиме підтвердженню достовірності даних на конкретну звітну дату, зменшенню зловживань при встановленні оцінки біологічних активів, а також полегшить роботу контролюючих органів і уникненню непорозумінь між ними і суб'єктами господарювання.

Заслуговує на увагу організація первинного обліку у розрізі кожної голови приплоду по працівниках та відображення справедливої вартості кожної з них. Це сприятиме поліпшенню аналітичності первинної документації та повнішому відображенню даних. Особливо це важливо у випадках, коли оцінка приплоду здійснюється не за цінами активного ринку, а за цінами супутньої продукції (наприклад, м'яса) чи іншими показниками.

Оцінюючи біологічні активи, варто врахувати, що вони мають вартісний і кількісний вираз. Одиницею виміру біологічних активів є штуки, голови тощо. Окремі види тварин можуть додатково характеризуватися їх живою масою, якщо її на дату балансу можна достовірно визначити.

Як і будь-яке майно біологічні активи оцінюють за трьома основними методичними підходами - ринковим, витратним і дохідним. За ринковим методом вартість ґрунтується на цінах активного ринку, що склалися на звітну дату. Слід аналізувати цінові позиції постійних контрагентів на біологічні активи, які оцінюються та ціни підприємств регіону, які продають подібні біологічні активи.

Основним напрямом подальшого розвитку тварин на вирощування і відгодівлю і підвищення його економічної ефективності є інтенсифікація виробництва яловичини на основі зміцнення кормової бази і підвищення рівня годівлі тварин, впровадження комплексної механізації і автоматизації виробничих процесів та переведення галузі на індустріальні технології, широкого використання спеціалізованих порід худоби, пристосованих до машинної технології, удосконалення організації і оплати праці в умовах колективного підряду і орендних відносин.

Таким чином, застосування пропозицій щодо удосконалення форм первинних документів з обліку біологічних активів тваринництва сприятиме запровадженню методологічних засад, передбачених П(С)БО 30 "Біологічні активи".

НОВОВВЕДЕННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ

Чіпіжна І.В., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Жмайлова О.Г.

Системи управління якістю являють собою органічне сполучення економічних, правових і інших факторів, що впливають на якість. За допомогою нововведень можна не тільки уникнути консерватизму і застою в розвитку комплексного підходу до якості, але й свідомо та впевнено рухатися далі. У системах якості нововведення поділяються на дві групи: функціональні та системні.

До функціональних відносяться нововведення, що стосуються завдань однієї з функцій управління якістю і не потребують структурних змін системи. У крайньому випадку, необхідність у структурних змінах настільки незначна, що їх можна не проводити.

До системних відносяться нововведення, що стосуються не однієї, а кількох функцій управління якістю і викликають необхідність внесення змін у зміст елементів системи. Системні нововведення можуть стосуватися однієї функції, але по масштабах впливають на інші функції, що приводить до необхідності внесення в них змін. Відомо, що відрядна оплата праці в багатьох випадках негативно впливає на якість виготовлення й у певний момент часу, коли якість починає опускатися нижче припустимої межі. Виникає необхідність від цієї системи відмовитися і перейти до погодинної або змішаної оплати праці. Таке нововведення входить до складу функції управління якістю - матеріального стимулювання поліпшення якості.

Поліпшення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу. Практика господарювання свідчить, що загальна сума витрат на виготовлення і використання продукції більш високого ґатунку, навіть якщо досягнення останнього зв'язане з додатковими витратами у виробництві, істотно скорочується.

Підвищення якості (технічного рівня) насамперед знарядь праці справляє неабиякий вплив на прискорення темпів певних напрямків науково-технічного прогресу.

Зокрема підвищення надійності машин, устаткування, приладів та інших технічних пристроїв забезпечує розширення масштабів розвитку комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів, гнучких автоматизованих виробництв тощо.

На якість впливає структура праці робочої сили. Виробники звертають вину за низьку якість своїх виробів на відсутність розуміння якості і низьку культуру праці своїх працівників. Більш глибокий аналіз цього питання показує, що працівники можуть нести відповідальність тільки в тому випадку, якщо керівництво забезпечило:

- всебічним навчанням операторів обладнання;
- працівників детальними інструкціями щодо роботи;
- засобами для перевірки або оцінювання результатів дій цих робітників.

За допомогою класифікації нововведень легше визначити адресність у реалізації нововведень. Функцію нововведення здійснює підрозділ апарата управління - технічні, технологічні служби, відділи кадрів і оплати праці, відповідальні за реалізацію тих або інших задач управління якістю.

Системні нововведення проводяться керівництвом, адміністрацією більш високого рівня, ніж функціональні органи управління. Це пояснюється необхідністю координації внесення змін (одночасно або у певній послідовності) у діяльність різних служб та підрозділів.

Для визначення порядку дії із системними і функціональними нововведеннями надзвичайно важливо оцінювати їхні наслідки і ступінь впливу на якість. Оскільки точні відомості одержати дуже складно, приходиться покладатися на думку авторитетних фахівців, експертів, працівників підприємства, які здійснюють розробку і впровадження нововведень у діяльність по поліпшенню якості.

Враховуючи вище викладене зазначимо, що в ВАТ „Сумський ЗПТ" найбільшу увагу варто приділяти функціональним нововведенням (випробування нових форм організації виробництва, нових технологій, більш повного застосування економічних факторів, методів вимірювання і контролю параметрів якості), оскільки системні нововведення вимагають значних витрат і більшого відрізка часу. Але може наступити момент, коли системні нововведення займуть більш високе положення, тобто найкращого результату можна досягти при оптимальному сполученні можливостей загальних нововведень, що залежить від досвіду і мистецтва керівників і їхніх помічників.

Аналіз всього нового і вироблення на цій основі рекомендацій в інтересах поліпшення якості може бути й особливою функцією органів, служб управління якістю. До числа службових обов'язків нових сучасних керівників повинні включатися такі як: організація і керівництво розробкою, впровадженням і удосконаленням систем якості, організація сертифікації систем якості, контроль за станом і ефективністю системи, контроль за реалізацією плану розробки і впровадження нововведень у систему якості.

Таким чином, системи якості навіть при їхньому високому ступені розвитку, потребують удосконалення задля отримання підприємствами кращих результатів в майбутньому.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Радько К.І., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Жмайлова О.Г.

Із запровадженням Положень (стандартів) бухгалтерського обліку в Україні відбулися суттєві зміни в методиці визначення фінансових результатів. Прийняті положення наближені за своїм змістом до міжнародних стандартів бухгалтерської фінансової звітності.

У світовій практиці фінансовий результат визначають за певним видом діяльності. Фінансовий результат розглядають з позиції, чи отриманий він в результаті звичайної чи надзвичайної діяльності.

Розглядаючи питання формування фінансових показників діяльності, слід зазначити, що в нормативних документах є певна невідповідність у визначенні класифікаційних ознак видів діяльності. Так, згідно з П(С)БО 3 і Планом рахунків формування показників здійснюється за такими видами діяльності: звичайна, основна, операційна, фінансова, інвестиційна, від надзвичайних подій, інша діяльність.

У П(С)БО 4 відсутні поняття “інша діяльність” і “звичайна діяльність”. Проведеним дослідженням визначено, що у понятті “інша діяльність” передбачаються операції, які віднесено до інвестиційної і фінансової діяльності. Така невідповідність є й у визначенні окремих операцій. Так, одержані дивіденди, відсотки, фінансові результати від інвестицій згідно з П(С)БО 3 і Планом рахунків віднесено до фінансової діяльності, а відповідно до П(С)БО 4 – до інвестиційної діяльності. На мою думку, для того, щоб уникнути плутанини у віднесенні операцій до того чи іншого виду діяльності, необхідно чітко розмежовувати види діяльності та операції які до них відносяться. Така невідповідність має значний негативний вплив на формування фінансових показників діяльності, їх використання при прийнятті управлінських рішень.

Отже, в залежності від предмету діяльності підприємства склад фінансових результатів в межах вказаних вище груп може принципово відрізнятися. Таким чином, виникає необхідність уточнення складу фінансових результатів залежно від предмету діяльності підприємства.

Так, відповідно до П(С)БО 15 “Дохід” і до Плану рахунків доходи отримані від основної діяльності, називають “Доход від реалізації продукції (робіт, послуг)”. Вони є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу. Так, доход, отриманий від основної діяльності, доцільно називати “Доход від основної діяльності”, а рахунок 70 Доходи від реалізації” замінити назвою “Доходи від основної діяльності”.

Інформація про інші доходи від операційної діяльності узагальнюється за рахунком 71 "Інший операційний дохід". Облік витрат ведеться на відповідних рахунках 90 "Собівартість реалізації", 92 "Адміністративні витрати", 93 "Витрати на збут". Інші операційні витрати обліковуються на рахунку 94 "Інші витрати операційної діяльності". За дебетом рахунків відображаються суми визнаних витрат в розрізі статей, встановлених П(С)БО 16 "Витрати", а за кредитом - їх списання на результативний рахунок 791 "Результат операційної діяльності". Структура рахунку дозволяє співставляти загальну суму отриманого доходу з сумою понесених витрат від основної і іншої операційної діяльності.

Така ж невідповідність існує і між фінансовою і інвестиційною діяльністю й отриманими від неї доходами. Тому пропоную внести деякі зміни до Плану рахунків. Так рахунок 73 "Інші фінансові доходи" перейменувати у "Доходи від фінансової діяльності" з відповідними субрахунками: Дохід від безоплатно одержаних активів (731);Дохід від неопераційної курсової різниці (пов’язаний з фінансовою діяльністю) (732); Дивіденди одержані (733); Відсотки одержані (734);Інші доходи від фінансових операцій (735).

Облік фінансових витрат пропонується вести на рахунку 95 "Витрати від фінансової діяльності" з відповідними субрахунками: Відсотки за кредит (951);Втрати від неопераційних курсових різниць (пов’язані з фінансовою діяльністю) (952);Інші фінансові витрати (953).

Результат від фінансової діяльності буде узагальнюватися на рахунку 792 "Результат фінансової діяльності".

Рахунок 72 "Дохід від участі в капіталі" призначено для обліку доходів, одержаних від фінансових інвестицій. Тому цей рахунок пропонується перейменувати у "Доходи від інвестиційної діяльності.А також для обліку інших витрат інвестиційної діяльності призначити рахунок 74 "Інші доходи"

Облік фінансових витрат пропонується вести на рахунках:

- 96 "Втрати від інвестиційної діяльності"
- 97 "Інші витрати"

Результат від здійснення інвестиційної діяльності буде відображатися на рахунку 793 "Результат інвестиційної діяльності". Такий підхід виправданий з економічної точки зору, оскільки співставлення показників доходів та витрат за джерелами та напрямками їх утворення дає можливість виявити найбільш прибуткові господарські операції.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Радько К.І., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Жмайлова О.Г.

Проблема покращення обліку фінансових результатів у ТОВ «Технолог» є складним завданням, необхідність якого зумовлена тим, що в умовах конкуренції отримання потрібної для управління виробництвом інформації є досить важливим.

Для покращення якості отримуваної інформації, яка б сприяла проведенню більш ґрунтованого обліку і прийняття необхідних управлінських рішень, особливу увагу необхідно приділити вдосконаленню первинного обліку фінансових результатів.

Зазначимо, що товарно-транспортні накладні необхідно оформляти на кожну партію відвантаженої продукції, а не на кожну відправлену машину. Що стосується накладних внутрішньогосподарського призначення, то їх необхідно доповнити такими реквізитами: номер чека на суму, об'єм роботи, витрати по нормі на одиницю, на весь об'єм робіт, показники якості, маса брутто і нетто.

Для вдосконалення організації праці робітників, а також, щоб передбачити можливі наслідки результатів господарювання доцільно в табель обліку робочого часу на одного працівника відвести два рядки, і протягом місяця відображати у верхньому рядку відпрацьований час працівником у своєму підрозділі, а у нижньому вказується відпрацьований час і код виробничого підрозділу, на виконання робіт якого направлявся працівник. При цьому у господарстві кожному виробничому підрозділу необхідно присвоїти відповідний код.При такому підході буде можливо визначити міру участі працівника у роботі кожного підрозділу зокрема, а також визначити розмір достовірної заробітної плати кожного працівника.

На мою думку, необхідно усунути зазначені недоліки для поліпшення обліку фінансових результатів і визначення якості продукції, що реалізовується.

В обліку фінансових результатів необхідно відображувати використання прибутку, і в першу чергу, сплату податку на прибуток.

Згідно з Законом України „Про оподаткування прибутку підприємств", об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається шляхом зменшення суми скоригованого валового доходжу звітного періоду на суму валових витрат платника податку на суму амортизаційних відрахувань.

Ця схема близька до тієї, що використовується в обліку, але в подальшому від неї поступово відхиляються, що призводить до значних розбіжностей між величиною податку на прибуток в бухгалтерському і податковому обліку.

Обліковий прибуток знаходить своє відображення у Звіті про фінансові результати, а оподаткований прибуток – в Декларації про прибуток.

Різниця між обліковим прибутком та оподатковуваним прибутком класифікується як постійна і тимчасова. Різниця між податковим і обліковим прибутком, яка виникає в поточному звітному періоді і не анулюється в подальшому, розглядається як постійна різниця. Тимчасові розбіжності у витратах і доходах між бухгалтерським і податковим обліком практично матимуть місце постійно.

Тому, на мою думку, порядок ведення обліку фінансових результатів можна значно поліпшити і спростити, якщо ліквідувати постійні і тимчасові різниці у фінансовій і податкові звітності. Для цього необхідно внести зміни в проект Податкового кодексу.

З метою уніфікації системи відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій по виходу продукції її доцільно враховувати на рахунку 26 „Готова продукція" на відповідних субрахунках відображаючих галузевий вид продукції.

Загальноприйняті витрати по класифікації рахунків бухгалтерського обліку ми віднесли до рахунків по обліку процесів виробництва, але враховуються вони на рахунку 91 „Загальновиробничі витрати" в 9-му класу плану рахунків „Витрати діяльності". Всі інші рахунки цього класу не мають відношення до процесу виробництва. Зібрані на них витрати списують на фінансовий результат бухгалтерською проводкою в $Д^{Т}79$ і К' 90, 92-99. Як бачимо, рахунок 91 „Загальновиробничі витрати" мають інше призначення, ніж інші рахунки 9-го класу і їх облік повинен проводитися в 2-му класі „Запаси", де враховуються витрати на виробництво.

Виходячи із запропонованої методики по обліку готової продукції на рахунку 26 „Готова продукція", як і було раніше, а рахунок 27 застосовувати для обліку загальноприйнятих витрат.

За новими стандартами не передбачено розподілення прибутку за напрямками майбутнього цільового використання. Створення цільових фондів (резервів) віднині вважається внутрішньою справою підприємства, тобто такою, що не цікавить зовнішніх користувачів, і відповідно не розкривається у фінансовій звітності.

Отже, можна зробити висновок, що використання всього вищезазначеного дасть можливість усунути недоліки, здійснити контроль за надходженням доходів, спростити та поліпшити складання податкової, статистичної та бухгалтерської звітності, а також достовірно визначити фінансові результати фірми.

АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ ПОСТАЧАННЯ

Кравченко Ю.М., студ. 5 курсу ФЕІП, спец «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Кобилкіна С.В.

Згідно ст. 3 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» метою ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства.

Розкриваючи поняття процесів промислових підприємств, Н.С. Пушкар вважає за необхідне дати визначення цього терміна, оскільки в літературі з бухгалтерського обліку до цього часу не зверталася увага на такі «дрібниці», а тому не зовсім зрозуміло що саме слід вважати процесом у виробничій діяльності.

Процесом (лат. «processus» – проходження, просування) називається послідовна закономірна зміна певного явища та перехід від одного явища до іншого. Іншими словами, господарська діяльність породжує закономірну і послідовну зміну процесів:

1) придбання факторів виробництва – постачання;
2) їх трансформацію у готовий продукт (роботи чи послуги) – виробництво;
3) продаж готової продукції – збут;
4) розширення чи модернізацію матеріально-технічної бази – інвестування.

Бухгалтерський облік процесу постачання має забезпечувати достовірну інформацію про виконання підприємством плану обсягу постачання за кількісними та якісними показниками і собівартістю придбаних матеріалів. Крім того, завданням обліку є також забезпечення контролю за своєчасністю розрахунків з постачальниками, транспортними та іншими підприємствами по операціях, пов'язаних з придбанням матеріальних цінностей.

Процес постачання полягає в тому, що підприємство укладає договори з постачальниками на необхідні йому фактори виробництва, організовує доставку та складування виробничих запасів, перераховує гроші постачальникам за отримані матеріали. Під час цього процесу відбувається зміна активу з форми грошей на форму майна, призначеного для виробництва продукції.

Фінансовий облік процесів повинен організовуватися у порядку, визначеному обліковою політикою підприємства. У свою чергу облікова політика формується не тільки на основі національних стандартів бухгалтерського обліку, а й з урахуванням організаційної структури підприємства та вимог менеджерів щодо повної та релевантної інформації для аналізу досягнутих результатів роботи в розрізі кожного з процесів господарської діяльності.

Виділення окремих процесів господарської діяльності підприємства ґрунтується на ідеях сучасного менеджменту – групування ділових операцій за їх основними характеристиками в розрізі управлінських структур (повноваження та вартість утримання яких різні) з метою економії трансакційних витрат.

Підприємство з виробництва продукції, робіт чи послуг є складною системою, під якою розуміють сукупність окремих елементів, котрі знаходяться у взаємодії та зв'язках між собою і утворюють єдність та цільність. Підприємство як система характеризується двома основними характеристиками:

- динамізмом, зміною у часі самої системи та її стану;
- інформативністю процесів та явищ, які відбуваються у ньому.

Підприємство можна розглядати як систему, призначену для трансформування факторів виробництва (техніка, сировина і матеріали, жива праця, капітал) у готову продукцію

Першим процесом, без якого неможливий виробничий процес, є постачання, основне завдання якого полягає в забезпеченні потреб виробничого процесу в різноманітних факторах виробництва – сировині, матеріалах, паливі, тарі, запасних частинах, малоцінних та швидкозношуваних предметах, основних засобах (будівлях, спорудах, транспортних засобах, машинах, верстатах, устаткуванні), живій робочій силі (робітники, управлінці, службовці), капіталі (інвестиції, гроші) та інших ресурсах. На виході з системи знаходиться готова продукція, яка призначена для збуту споживачам. Від споживачів продукції на підприємство надходять гроші, а виходять – при оплаті постачальникам факторів виробництва.

Важливо підкреслити, що для здійснення процесу постачання необхідні фінансові ресурси (гроші), які підприємство отримує лише після збуту продукції покупцям. Крім цього необхідно забезпечити безперебійність усіх процесів – постачання, виробництва і збуту. Якщо готова продукція не буде швидко реалізована, то підприємство не зможе закупити необхідні фактори виробництва, що ускладнить кругообіг капіталу. Несвоєчасне забезпечення потреб виробничого процесу призведе до зменшення випуску продукції, обсягу реалізації і виручки.

Отже, у фінансовому обліку потрібно відображати інформацію про кожний із процесів кругообігу капіталу і визначити їх ефективність, яка розраховується через отримання економічних показників у системі бухгалтерських рахунків.

МЕДІА-ПЛАНУВАННЯ В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Певна К.О., студ. 3 курсу ФЕіП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник к.е.н., доцент Галенін Р.В.

Давати рекламу – означає витрачати чималі гроші. Як зробити так, щоб витрачені засоби працювали найефективніше? Значна частина витрат рекламного бюджету підприємства, фірми, установи використовується рекламістами, відділами реклами або рекламними агенствами на застосування засобів масової інформації. Успішно вирішити цю задачу дозволяють технології медіапланування. Це планування частини витрат коштів рекламного бюджету на основні напрями застосування ЗМІ.

В Україні на сьогодні на ринку реклами найпоширенішою є реклама в друкованих виданнях (газети, журнали, окремі каталоги тощо). Попри щорічне зростання телевізійної реклами, реклама в пресі найдоступніша, досить оперативна, а зміни текстів рекламних звернень коштують порівняно дешево. На другому місці – телевізійна реклама. Вона має наймасовішу аудиторію, яка одночасно є і перевагою, і недоліком.

Недолік полягає в тому, що, по-перше, різні частини аудиторї мають різні смаки і уподобання, а по-друге, кількість телевізійних каналів зростає, а отже, зменшується імовірність того, що глядач з цільової групи побачить цю рекламу. Третє місце за часткою ринку посідає зовнішня реклама, особливість якої полягає у тому, що її експозиція повинна одночасно вписуватися в навколишнє середовище і в чомусь відрізнятися від неї, впадати в око.

Рекламні відділи фірм та рекламні агенства аналізують усі ці та інші ЗМІ щодо їх відповідності цілям, завданням і коштам, закладених у бюджет на медіа-планування. З метою максимізації кількості одержувачів рекламних звернень доцільним є використання кількох ЗМІ одночасно. Для досягнення бажаного результату, медіапланування слід починати з вирішенням наступних важливих питань:

1. Докладний опис рекламованого товару або послуги. Для медіапланування цілком достатньо знати призначення товару або послуги, рівень цін на аналогічні товари або послуги, позиції, займані конкурентами.
2. Хто ваша цільова аудиторія для даної рекламної кампанії? Аудиторію можна визначити за соціально-демографічними ознаками - вік, стать, соціальне і матеріальне становище, за споживчим перевагами, за стилем життя та звичками.
3. Територія кампанії. Під цим поняттям розуміється в яких межах буде проведена рекламна кампанія. Кампанія може бути регіональною (у визначеному місті чи обасті), національною (в певній країні), міжнародною, а також може охоплювати один або декілька регіонів.
4. Терміни проведення кампанії. Рекламну кампанію є сенс координувати з сезонними коливаннями попиту на рекламований товар. Єдине, про що слід пам’ятати - так це про те, що перша кампанія (так званий запуск) не дає результату негайно. Необхідно набратися терпіння і не робити поспішних висновків, що стосуються ефективності зроблених зусиль.
5. Бюджет кампанії. Багато хто витрачає на рекламу стільки, скільки не шкода, або скільки можуть витратити. Точніше, або наукове, визначення бюджету може бути пов’язане з оцінкою рекламних витрат найближчих конкурентів.

Після отримання та опрацювання базової інформації можна приступити до формування основних елементів медіаплану та прогнозування його ефективності. Вибір засобів та рекламних площадок напряму буде пов’язаним з рейтингами медіа-засобів.

Рейтинг – один з основних показників, що визначає відсоток потенційних глядачів, слухачів, читачів, які можуть отримати рекламне повідомлення. Найбільш відомим є показник GRP (Gross Rating Points). Це сума рейтингів усіх рекламних повідомлень передбачених у медіаплані. Ця величина, що отримується шляхом простого додавання всіх рейтингів, які набрали передачі, трансляції, газетні блоки де була розміщена реклама, за певний період. Показник GRP використовується для оцінки ефективності рекламної кампанії. Чим більше GRP набрано за певну суму грошей, тим краще. Цивілізований рекламний продавець продає не час чи медіа-простір, а кількість контактів з цільовою аудиторією, яких рекламодавець може «зачіпити», розмістивши свою рекламу у визначений період часу і в певних точках присутності реклами. Тому, для створення ефективного медіаплану потрібно володіти певними знаннями та досвідом, що відносяться до різних галузей. В першу чергу, необхідно визначити цільову аудиторію, тобто групу людей, на яких спрямована рекламна кампанія. Також необхідно мати інформацію про існуючі ЗМІ та їх регіональність аудиторію, знати технічні можливості тих чи інших радіо і телеканалів, типи та тиражі газет, журналів, Інтернет площадок і т. д.

Зрозуміло, що, не знаючи цих особливостей, які набуваються лише практикою, і не володіючи теоретичними розробками в галузі психології, соціології, менеджменту, важко сподіватися на побудову оптимального медіа-плану. А без останнього навряд чи можна говорити про ефективність реклами як такової.

ОБЛІК РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

Максюта Б.В., студ. 4 курсу ФЕіП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.с-г.н., доцент Нечипоренко В.В.

Бухгалтерський облік на підприємствах України різних галузей і форм власності ґрунтується на єдиних засадах, встановлених Законом України „Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні", який визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності і здійснюється відповідно до Положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

Всі організації та підприємства, які існують в наш час виробляють продукцію, надають послуги та роботи, створюють товари, які потім реалізовуються на ринку збуту, після чого отримують дохід.

Реалізація – це продаж вироблених чи перепродаж товарів і послуг з одержанням грошового доходу. У процесі реалізації виникають розрахункові взаємовідносини підприємства з покупцями продукції. Процес продажу завершує кругообіг засобів і створює передумови для нового кругообігу.

Основним завданням обліку процесу реалізації є:

1. забезпечення інформації про обсяг реалізованої продукції за її видами.
2. виявлення фінансових результатів щодо підприємства в цілому та окремих видів продукції.
3. забезпечення контролю за формування повної собівартості продукції.
4. забезпечення контролю за рівнем реалізаційних цін.

Реалізованою вважається та продукція за яку надійшли кошти від покупця, на рахунок виробника. Фактичний відпуск готової продукції зі складу або цеху, оформлюється на підставі доручення на право одержання цінностей, накладної, а іногороднім покупцям товарно транспортної накладної.

Розрахунковими документами є:

- Договора
- рахунок фактура
- платіжні вимогою.

Процес реалізації починається з моменту оприбуткування готової продукції, а завершується отриманням коштів від покупців. Якщо передача готової продукції і її оплата не збігаються у часі необхідні контроль і фіксація даних про відвантаження та реалізацію відвантаженої продукції. Відвантажена продукція оплачується покупцем за договірними цінами, але для визначення ефективного процесу реалізації необхідно знати її фактичну собівартість. Протягом місяця продукцію відвантажують за плановими цінами, що відображається записом:

Дт 901 – собівартість реалізованої готової продукції Кт 26 – готова продукція.

На кінець місяця планову собівартість раніше списаної реалізованої продукції слід збільшити на суму перевитрат і зменшити на суму економії. На синтетичних рахунках відображають суму відхилень фактичної собівартості від планової, як різницю між сумою економії та перевитрат. На цю суму роблять запис.

Дт 90 – собівартість реалізації Кт 26 – готова продукція.

Крім того під час реалізації підприємства несуть певні витрати на зберігання продукції її відвантаження, транспортування, рекламу тощо. Облік таких витрат здійснюють на:

Рах.93 – витрати на збут.

На Дт даного рахунку відображаються витрати, а на Кт їх списання на фінансові результати:

Дт 79 – фінансові результати Кт 93 – витрати на збут.

Отримана продавцем від покупця вартість продукції за її реалізаційними цінами називають: виручкою.

Виручка від реалізації продукції, відображається на Рах.70 – доходи від реалізації. За відпускною ціною відвантажена продукція :

Дт 36 – розрахунки з покупцями та замовниками Кт 70 – дохід від реалізації..

Постачальник може включити до рахунка-фактури покупця, крім вартості відвантаженої продукції, вартість тари, відвантаженої з продукцією (якщо вона не включена у відпускну вартість продукції і оплачується понад її відпускну вартість), а також транспортні витрати.

Отже, правильне й раціональне відображення в бухгалтерському обліку реалізації продукції і пов’язаних з нею податкових зобов’язань з ПДВ має важливе значення для забезпечення повних і своєчасних розрахунків з бюджетом з ПДВ, для недопущення сплати штрафних санкцій та пені, обумовлених помилками в бухгалтерському обліку як реалізації продукції рослинництва, так і розрахунків з бюджетом з ПДВ.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Лічман А.С., студ. 5 курсу ФЕІП, спец. «Облік і аудит»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Стрілець В.В.

Готова продукція - це продукція (виріб, напівфабрикат, робота, послуга), що повністю закінчена обробкою на даному підприємстві, пройшла всі стадії технічного випробовування (якщо вимагають відповідні її особливості), відповідає технічним умовам і стандартам, не потребує подальшої обробки на цьому підприємстві і здана на склад. Вироблена готова продукція зараховується на баланс за первісною вартістю або нормативної собівартістю. До готової продукції відносять роботи та послуги промислового характеру, виконані на сторону, а також вартість полуфабрикатів власного виробництва, призначених на реалізацію. Виконання плану по виробництву і реалізації продукції (робіт, послуг) являється основним показником, що характеризує діяльність суб'єктів.

За умов ринкової економіки господарчим суб'єктом (підприємством) надані широкі права і можливості у реалізації своїх економічних інтересів, вибору способів організації виробництва, збуту продукції. При цьому підприємства виходять із власних ресурсних можливостей з врахуванням широкого спектру факторів, які впливають на ефективність використання виробничого потенціалу.

Випуск і реалізація продукції впливає на фінансові результати роботи підприємства. Крім того, реалізація виробленої продукції - це основне джерело формування доходу підприємства. Тому техніко-економічний аналіз роботи підприємства починається з аналізу випуску та реалізації продукції, у вивченні обсягу виробництва, темпів його зростання, тобто у оцінці виконання плану виробництва та реалізації продукції.

Виробництво готової продукції, та отримання доходів від її реалізація в умовах конкуренції є однією з проблем функціонування підприємств. Виникає потреба формуванні підприємствами оптимальної виробничої програми, яка би найповніше задовольняла попит забезпечувала максимальний прибуток за рахунок встановлення оптимальних цін та обсягу випуску продукції.

Бухгалтерський облік процесу виробництва залежить від конкретних умов, властивостей і характеру технології та організації виробництва, що визначаються індивідуальними особливостями. Інколи виникають ситуації, коли виготовлення одного продукту різними технологічними прийомами вимагає різної системи групування статей витрат та обрахування собівартості. Такі процеси призводять до ускладнення документування, обліку випуску готової продукції та подальшої її реалізації. У процесі здійснення виробничої діяльності підприємств різних форм власності та організаційно правових форм господарювання вступають у певні економічні відносини, результатом яких є цикл операцій, пов'язаних із реалізацією готової продукції. Однак проблеми, які виникають на одному підприємстві певної галузі, поширені, як правило, на інших.

Так, з використанням комп'ютерної техніки на багатьох виробничих підприємствах прийнято вести облік реалізації готової продукції без застосування узагальнюючих документів, виняток становить нормування оборотно-сальдової відомості за рахунком 26 "Готова продукція". Цей документ характеризує інформацію щодо оборотів і залишків готової продукції. Тому ми вважаємо, що все ж таки необхідно формувати на підставі первинних документів реєстри документів з реалізації готової продукції. Реєстри необхідно формувати за напрямками реалізації, видами продукції, покупцями та замовниками. Щоденне заповнення цих реєстрів дасть змогу здійснювати оперативний контроль за реалізацією продукції, застосуванням цін та їх змінами, надходженням виручки. Здійснювати це слід в ручну або ж в автоматизованому режимі.

Для вдосконалення обліку готової продукції та її реалізації вважаємо за необхідне розмежувати витрати на збут (тара, упаковка, вантажні роботи, транспортування, складування, витрати на утримання складів, магазинів, торгового персоналу тощо) та маркетингові витрати, що виникають у зв'язку з вивченням і стимулюванням попиту, пошуком інформації про ринки збуту і розширенням частки ринку виробника. Хоча ці витрати є необхідними зі зростанням конкуренції, проте вони повинні бути обгрунтованими та не впливати на кінцевий результат - прибуток. Виокремлення витрат дозволить аналізувати ефективність здійснених витрат за їх видами та доцільність їх проведення у майбутньому.

Інша пропозиція стосується використання у розрахунках із покупцями таких форм безготівкових розрахунків, які би гарантували своєчасне надходження грошей за відпущену покупцям продукцію. Найзручніше є використання попередньої оплати за продукцію, а також акредитивної форми розрахунків. Ми вважаємо, що обидві форми безготівкових розрахунків найбільш безпечні й унеможливлюють виникнення безнадійної дебіторської заборгованості. Отже, сьогодні проблема полягає не в обсягах та якісних характеристиках облікової інформації. Найбільшою проблемою залишається рівень використання останньої для оцінки якісних і кількісних параметрів об'єктів обліку, передусім готової продукції і витрат на збут. Ця інформація нині недостатньо застосовується для прийняття управлінських рішень і коригування виробничої діяльності, тому на кожному підприємстві доцільно вивчати інформаційні потреби управлінських підрозділів, формувати оперативні дані у вигляді звітів і використовувати їх для оптимізації програми виробництва і збуту продукції.

МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ. ПЛЮСИ ТА МІНУСИ

Шутько А.І., студ. 3 курсу ФЕіП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.е.н., доцент Жмайлов В.М.

У наш час, особливо в нашій країні, одним з молодих напрямків реалізації товарів і послуг є мережевий маркетинг. Його суть полягає у тому, що споживачами певної фірми виступають люди та підприємства, яких загітували їхні друзі, близькі та рідні, що вже взяли участь у придбанні даного виду продукції або послуг, тобто вже є клієнтами даного підприємства.

Неробоче або не досить кваліфіковане населення, звісно, теж не полишає думка гарного заробітку, великого прибутку при мінімальних затратах праці. І не дивно, що перший час серед усіх, хто зацікавився ММ як бізнесом, більша частина виявилася безграмотною, такою, що не володіє достатніми комунікативними навичками. Мережевий маркетинг розвивався за принципом «бракує якості - візьмемо кількістю». Дана система передбачає систему знижок і подарунків за певну кількість реалізованого товару (послуги), тому домінантним у даній сфері продажу є максимальна кількість реалізації. Висока ж ступінь майстерності передбачає роботу по точках. Знайти, вибрати з натовпу того, кому буде цікава Ваша пропозиція, обмежитися мінімумом слів, необхідних і достатніх, щоб клієнт сам попросив розповісти докладніше, виявитися корисним і потрібним при знайомстві - ось основна концепція мережевого маркетингу.

Однак більшість «новеньких і необстріляних», отримавши пару-трійку порад, ринулися стрімголов завойовувати друзів, знайомих і звичайних перехожих, наполегливо пропонуючи товар і можливість розбагатіти. Це можна порівняти з тим, якби сотні людей дати в руки ножиці, пояснити як ними користуватися і випустити у великий місто, переконавши їх при цьому, що потрібно спромогтись якомога більше людей підстригти. Найімовірніше, що внаслідок цього, мешканці міста стали б з обережністю ставитися до всіх перукарів. Так же можна сказати і про цей вид діяльності, адже спочатку не викликає довіри такий індивідуальний підхід, розмов про суперзнижки та бонуси.

Але варто зазначити, що з моменту його появи відбулося багато змін. Існує цілий ряд компаній, які обрали саме цей спосіб реалізації продукції. Кожна формує свою власну мережу, виховує лідерів. Насправді, хоч в нашій країні порівняно небагато компаній користуються цим напрямком продажу, він є досить вигідним і прибутковим.

Мережевий маркетинг, який діє за принципом "приведи друга - отримай знижку", підвищує набагато дохід підприємства. Витрачаючись на знижки та подарунки, фірма в декілька разів підвищує прибуток, виграючи на кількості споживачів та реалізації продукції, що в десятки разів більша, ніж якби продукція реалізовувалася звичайними магазинними методами. Єдиною важливою умовою є висока якість реалізованої продукції.

Створюються найсильніші школи, що навчають професійному продажу та веденню бізнесу. Спостерігається постійний відсів людей, які не знайшли себе в такому роді діяльності. З кожним роком відсоток майстрів серед всіх учасників мережевого маркетингу зростає. Засновники та лідери різних мережевих структур також згодом придбали багато цінного досвіду, внесли зміни до методики навчання.

Погана репутація мережевого маркетингу в Україні. Зовні схожі на компанії мережевого маркетингу фінансові піраміди і компанії одноденки, передають створюваний негатив на всі компанії мережевого маркетингу. Природно цей негатив передається і на людей, які працюють в мережевому маркетингу. Радує лише те, що поступово ситуація покращується, люди стають більш фінансово грамотними і всю більшу кількість не зв'язують мережевий маркетинг і фінансові піраміди.

Мережевий маркетинг схожий на фінансову піраміду лише тим, що піраміда маскується під компанію мережевого маркетингу. Відрізнити мережевий маркетинг від фінансової піраміди просто: якщо немає товару, або якщо товар не відповідає своїм характеристикам: ціна, якість, ліквідність, то це фінансова піраміда. Завжди треба звертати увагу на товар, чи потрібний він Вам і взагалі кому-небудь, якщо ні, то не варто вступати в таку компанію.

Мережевий маркетинг - це робота у вільному графіку.

Мінус для людей, що не бажають контролювати свій час. Але це є плюсом для останніх людей. Жодних обмежень в часі. Мережевим маркетингом можна займатися півгодини в день, можна двадцять чотири години в добу. Це залежить від рішення самої людини. Це одна з причин появи відмінностей результату між двома людьми, що одночасно прийшли в мережевий маркетинг.

Також основними плюсами даного виду діяльності можна назвати: навчання в процесі роботи, необмеженість географії, декілька видів заробітку, можна використовувати як додатковий прибуток, дохід в мережевому маркетингу необмежений, цей бізнес передається по спадку, використання мережевого маркетингу як спосіб знайомства з цікавими людьми (розширення кола знайомств) тощо.

Отже, можна зробити висновок, що мережений маркетинг - дуже перспективна на прибуткова діяльність, що, на мою думку, при розвитку її в Україні заохотить більше населення до підприємницької діяльності та до розвитку комунікативних якостей у об'єктів діяльності, задіяних у цьому напрямі.

ПЛАНУВАННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Чичикало О.М., студ. 4 курсу ФЕІП, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: к.с-.г.н., доцент Нечипоренко В.В.

Закупівельна діяльність – це ланцюг у виробничо-комерційній, поточно-процесній діяльності у виробництві та/або експлуатації виробничих об'єктів, зміст якої направлено на постачання відповідних об'єктів необхідними засобами (матеріалами, енергією, комплектуючими, запасними частинами і тд.)

Планова економіка не стимулювала раціональне використання у виробництві матеріалів і ресурсів, тому на радянських підприємствах системі постачання не надавали великого значення, що спостерігається і на багатьох сучасних підприємствах.

Актуальність проблеми ефективного керування надходженням виробничих запасів на підприємство обумовлена тим, що стан постачання впливає на конкурентоспроможність підприємства, його фінансовий стан і фінансові результати. Забезпечити високий рівень якості продукції й надійність її поставок споживачам неможливо без створення ефективної структури постачання підприємства необхідними сировиною і матеріалами для безперервного й ритмічного функціонування виробничого процесу. Незадовільне забезпечення процесу виробництва може привести до збитків, пов'язаних із простоями й неритмічною роботою.

Сучасна ринкова економіка, передбачає інтегрований підхід до керування запасами і планування їх закупівель, підпорядкування стратегії підприємства, визначення оптимальної величини запасів матеріальних ресурсів на основі прогнозних оцінок їхньої потреби, що у свою чергу формується відповідно до графіка виготовлення продукції і її поставок споживачеві.

Рішення проблеми підвищення ефективності керування надходженням виробничих запасів у ринкових умовах вимагає застосування як традиційних методів керування запасами, так і нових, для сучасних підприємств, що дозволяють включити управління забезпечення виробничого процесу до складу основних напрямків активно здійснюваної підприємством стратегії свого поводження на ринку.

Стандартне значення цілей функції закупок слідуючі, що компанія повинна отримувати необхідну по якості сировину в потрібний час, в потрібному місці, від надійного постачальника, своєчасно та по вигідній ціні.

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 логістичної стратегії.

Вибір постачальника є основою створення стійкої бази постачання будь-якого підприємства. Рішення розмістити замовлення в конкретного постачальника залежить від низки факторів. Постачальник повинен задовольняти за якістю та обсягами продукції, що постачається, умовами доставки продукції, ціною та рівнем обслуговування. Важливим, під час вибору постачальника , є його технічний стан, розвиненість інфраструктури, фінансове становище, трудові відносини й місцезнаходження.

Рішення про вибір постачальника можна розглядати як вибір в умовах невизначеності, що пов'язана з досить високим ризиком. Ризик ростиме під час закупівлі невідомих видів сировини чи виробів, устаткування. Тому варто звертатися до додаткових джерел інформації. Це можуть бути каталоги, торгові журнали, різного роду рекламні оголошення та Інтернет.

Усе це свідчить про те, що оцінювання постачальника – невпинний процес відстежування діяльності наявних постачальників. Зазвичай підприємства – замовники поділяють їх на дві гркпи. До першої входять нові постачальники, надійність яких ще не перевірено, до другої – постачальники, що вже зарекомендували себе в минулому. Ці постачальники постійно оцінюються з формальних і неформальних позицій.

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ

Ващенко К.М., студ. 3 курсу ЮФ
Науковий керівник: доцент Чернадчук Т.О.

Фінансовий контроль – одна з найважливіших функцій держави, що забезпечує умови нормального функціонування фінансової системи держави, а також є об'єктивно властивим ринковій економіці, використовується всіма розвинутими країнами в тій мірі, в якій диктується економічними і політичними завданнями. Є важливим засобом забезпечення законності та доцільності здійснення фінансової діяльності. Саме точна і врегульована фінансова система, яка забезпечується фінансовим контролем, сприяє підвищенню соціально-економічного рівня всього суспільства. Але як можливо цього досягти якщо підвищується ризик нецільового і неекономічного витрачання бюджетних коштів? Існує несвоєчасна і неповна реалізація заходів для відшкодування завданих державі збитків, не усунення причин, що призвели до фінансових витрат, зниження фінансово-бюджетної дисципліни в регіонах?

До органів, на які покладені функції фінансового контролю, належать: Державна контрольно-ревізійна служба, Рахункова палата, органи державної податкової служби, Державного казначейства України, фінансові управління при Державних адміністраціях, контролюючі підрозділи Пенсійного фонду тощо. Їх дії врегульовані відповідними законами України. Незважаючи на посилення окремих етапів фінансового контролю, слід констатувати, що кількість фінансових порушень з року в рік не зменшується. Результати діяльності Державної контрольно-ревізійної служби свідчать про динаміку зростання сум виявлених збитків і фінансових порушень в цілому.

Ефективність фінансового контролю за економним і цільовим витрачанням бюджетних коштів, станом збереження державного і комунального майна залежить від комплексності його здійснення, своєчасності й повноти реалізації заходів для відшкодування завданих державі збитків, усунення причин, що призвели до фінансових втрат. Більшість із цих функцій покладено на Державну контрольно-ревізійну службу.

Перспективи вдосконалення фінансового контролю залежать від його якості на всіх його етапах і своєчасності реагування фінансових органів, головних розпорядників кредитів та органів влади на результати подальшого контролю, тобто на виявлені факти нецільового і неефективного використання бюджетних коштів, регулювання обсягів фінансування і приведення у відповідність із нормативно-правовими актами, що регулюють бюджетний процес, сплату податків фізичними і юридичними особами, ефективне використання внутрішніх резервів підприємства, з метою покращення його діяльності.

Однією з основних проблем фінансового контролю є недосконале законодавство. А якщо існують прогалини в праві, то як можливо говорити про врегулювання відповідної проблеми? Адже лише у відповідності з нормативною базою здійснюється будь-яка фінансова діяльність і, відповідно, контроль за нею.

Система державного фінансового контролю України функціонує без існування базового закону, який би вносив ясність, визначав основні поняття у цій сфері, чітко розподіляв би завдання, функції та повноваження між органами державної та місцевої влади, регламентував відносини між суб'єктами та об'єктами контролю, визначав відповідальність та незалежність відповідних уповноважених посадових осіб. Наслідком безсистемності у правовому полі стала розбалансована система органів, що забезпечують державний фінансовий контроль та аудит. Діяльність державних органів, що здійснюють контрольні, контрольно-ревізійні, наглядові і фіскальні дії щодо бюджетних коштів регламентується окремими спеціальними законами і нормативно-правовими актами. Хоча у Конституції України (стаття 98) лише Рахункову палату визначено, як орган, що здійснює контроль за використанням коштів державного бюджету. Верховною Радою України було прийнято зміни до цієї статті значно розширивши повноваження Рахункової палати у частині парламентського контролю за формуванням державного і місцевих бюджетів та виконанням місцевих бюджетів. Проте Президентом України було застосовано право вето щодо цього закону.

Норми діючих законів та нормативно-правових актів у сфері державного фінансового контролю не завжди узгоджуються між собою. Методичні рекомендації та інструкції охоплюють лише окремі аспекти. У вищих навчальних закладах фактично відсутній системний навчальний курс з підготовки та перепідготовки відповідних кадрів у цій сфері. Справді, це питання не виноситься на загальний розгляд.

Тому, врахувавши всі вищевказані відомості, на мою думку, потрібно переглянути існуюче законодавство в сфері правового забезпечення фінансової діяльності. Поставити дане питання на загальне обговорення не тільки державне, а й в навчальних установах – між студентами. Адже саме молоді спеціалісти можуть запропонувати цікаві, ефективні і нові ідеї щодо врегулювання даного питання.

ІСТОРИКО ТЕОРЕТИЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКОНУ СЕРЕД ІНШИХ ФОРМ (ДЖЕРЕЛ) ПРАВА

Бондар Н.А., ст. викладач

Актуальність цієї роботи обумовлена, з одного боку, великим інтересом до теми в сучасній науці, з іншого боку, її недостатньою розробленістю. Розгляд питань пов'язаних з даною тематикою носить як теоретичну, так і практичну значимість. Визначається потребою в удосконаленні законодавчої бази для демократичної трансформації українського суспільства і необхідністю створення оптимальної моделі закону як основного елемента правової реформи. Предмет дослідження – закономірності становлення та сучасного функціонування закону серед інших форм (джерел) права.

У більшості сучасних демократичних держав первинне положення в системі джерел права належить закону. Це визначається його особливими якостями, так як закон складає основу правової системи держави, її центральну частину. В словнику В. Даля закон визначається як «предел, постановленный свободе воли или действий; неминучее начало, основание; правило, постановление высшей власти».

Закон як явище та як поняття права з'явилося в стародавніх цивілізаціях Сходу, там де бере початок зародження державності. Як самостійне джерело права закон прийшов на зміну правовому звичаю (закони Хаммурапі, закони XII таблиць, Саксонське зерцало, Руська Правда на Русі і ін.). Стародавній закон вирізнявся теологічним характером. Безпосереднє теоретичне обґрунтування державного закону зародилися в Стародавній Греції, завдяки розвитку еллінської філософії і законотворчій діяльності в містах-полісах. Але найбільший вклад в розвиток загальної теорії закону внесли римляни. Ними були розроблені вирази які лягли в основу сучасних принципів та аксіом права: «Суворий закон, але це закон», «Сила закону полягає в тому, щоб наказувати, забороняти, дозволяти, карати», «Закон – це те, що народ наказує і постановляє», «Немає злочину без покарання, немає покарання без закону, немає злочину без законного покарання» тощо. Поступово були сформовані стадії законодавчого процесу, які включали розробку законопроекту, законодавчу ініціативу, прийняття закону, ратифікацію закону сенатом, вступ закону в дію. В самому законі структурно закріпилися три істотні частини: вступ, власне текст та санкція. За значимістю закони поділялися на загальні, спеціальні та особливі. У епоху рабовласництва і феодалізму закони в основному служили формою обробки і систематизації правових звичаїв та судових прецедентів, що діяли.

В Новий час особливий вклад в розвиток теорії закону вносить Англія. І на це є вагомі причини, тут сформований парламентаризм з принципами, заснованими на верховенстві закону та законодавчої влади. Нова історична епоха промислових революцій в Європі вимагала нової ідеології в тому числі і правової. На зміну релігійному ідеалізму приходить світська концепція природного закону. В цей період був проголошений принцип зосередження законодавчої влади в руках народного представництва, за законом стала визнаватися вища юридична сила, верховенство і незаперечність по відношенню до інших правових актів держави і інших форм права. Проголошення таких якостей закону було обумовлене розподілом законодавчих і виконавчих функцій між різними органами, зосередженням законодавчої влади в руках парламенту, а виконавчої - уряду, президента або монарха. Вагомий внесок був здійснений такими філософами як Т. Гоббс, Ш.Л. Монтеск'е, Д. Локк, Ж.Ж. Руссо, І. Бентам, І. Кант тощо. Наступним поштовхом до теоретичних досліджень закону стали прийняття Конституції США 1787р., а потім прийняття кодексів у Франції в 1804-1810 р. та Австрії в 1803-1811р. Потреба у формуванні та розвитку національного законодавства посилили цікавість до порівняльних досліджень, так в 1869 р. у Франції створене Товариство порівняльного законодавства.

У сучасний період теоретичні дослідження феномену закону продовжуються в основному в рамках формування та розвитку національного законодавства. З метою ефективного використання законів важливим є однозначне розуміння їх видів, загальних і специфічних ознак, співвідношення між собою. Однозначне розуміння може дати офіційна класифікація нормативно-правових актів. Вона, як правило, міститься в таких кодифікованих законодавчих актах, як:

1. Конституція – закріплює перелік основних нормативно-правових актів. Наприклад, у Конституції Австрії є розділ 2 «Законодавча влада федерації», у Конституції України – статті 85, 91,92,106, у Конституції Російської федерації – ряд статей 15,76,90,105,108,115.

2. Закон про нормативно-правові акти – дає офіційну класифікацію актів: перелік, нормативну характеристику, засоби забезпечення з метою правильного співвідношення між ними. Наприклад, в Італії діють «Загальні положення про Закон», у Болгарії діє закон «Про нормативні акти», в Білорусії – «Про нормативно-правові акти». В Україні підготовлені проекти законів «Про нормативно-правові акти» і «Про закони і законодавчу діяльність».

Отже, закон – нормативно-правовий акт, який регулює найважливіші суспільні відносини з метою забезпечення прав і свобод особи, та прийнятий в особливому порядку вищим представницьким органом держави або безпосереднім волевиявленням народу (референдум) і має вищу юридичну силу.

НАСИЛЬСТВО В СІМ'Ї ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

Дегтярьова А.В., студ. 3 курсу ЮФ
Науковий керівник: ст. викладач Коробка О.С.

За визначенням Закону України "Про попередження насильства в сім'ї", який Верховна Рада України ухвалила 2001 року, насильство в сім'ї — це "будь-які умисні дії фізичного, сексуального, психологічного чи економічного спрямування одного члена сім'ї по відношенню до іншого члена сім'ї, якщо ці дії порушують конституційні права і свободи члена сім'ї, наносячи йому моральну шкоду, та шкоду його фізичному чи психічному здоров'ю.

В Україні проблема домашнього насильства практично не вивчалася. Існують лише окремі дослідження з цієї теми. Тільки протягом останніх п'яти років в Україні теми гендерної рівності, насильства стосовно жінок у родинах стали предметом публічного обговорення. Для того, щоб перемогти реальне зло, його треба назвати, відкрито обговорити проблему та шукати шляхи вирішення. Саме засоби масової інформації мають реальний шанс розірвати завісу мовчання про проблему насильства в сім'ї.

Більшість жінок звертається з приводу насильства в міліцію. Тому важливим є те, щоб з правовою основою щодо неприпустимості насильства в сім'ї, а також з навчальними програмами були добре обізнані працівники органів правопорядку, суду та охорони здоров'я, оскільки їх роль дуже важлива у процесі розгляду скарг про випадки насильства у сім'ї.

Причиною ж того, чому жінки не подають скарг у зв'язку з насильством є тиск суспільних родинних обставин та бажання зберегти стосунки. Культурні та релігійні традиції також є перешкодою, що ускладнює боротьбу з насильством. Однак у цілому українське суспільство не сприймає проблему насильства щодо жінок, як актуальну. Це пов'язано з тим, що багато фактів не реєструється, замовчується, публічно не обговорюється або розглядається з позиції традиційних стереотипів, які обвинувачують жінку, що зазнала насильства.

Особливо виражена психологічна та економічна залежність жінок в родинах так званих «нових українців». Дружини яких, як правило, не усвідомлюють того, що піддаються грубому поводженню, приниженню, контролю, економічному тиску. Ці жінки звертаються у Центри психологічної допомоги з невротичними скаргами (депресія, безсоння, нав'язливі стани, страхи) чи з психосоматичними скаргами (головні болі, болі в серці). Такі жінки мали низьку самооцінку, відчували себе безпомічними, не вірили, що зможуть змінити ситуацію шляхом власних активних дій.

У ст. 28 Конституції України враховані міжнародні стандарти прав людини. Закріплена норма про те, що ніхто не може бути підданий катуванню, жорстокому, нелюдському або такому, що принижує його гідність, поводженню чи покаранню. Збільшити відповідальність за домашнє насильство над жінками рекомендує українському урядові Міжнародна амністія. Як заявляє організація, Україна не виконує своїх зобов'язань перед Радою Європи стосовно запобіганню насильства в сім'ї. щоб його зупинити, експерти Асоціації розробили законопроект, який нараз розглядає Верховна Рада. Проект, зокрема, рекомендує збільшити відповідальність чоловіків за домашнє насильство над жінками. Замість трьох годин, на які раніше міліція вилучала насильника з родини, пропонується застосувати до винного адміністративний арешт до трьох діб. Окрім того, автори законопроекту вважають за необхідне створити за кошти держави мережу притулків для жертв насильства в сім'ї.

Фізичне насильство в сім'ї – це навмисне нанесення побоїв, тілесних ушкоджень одного члена сім'ї іншому, яке може призвести чи призвело до порушення нормального стану фізичного чи психічного здоров'я або навіть до смерті постраждалого, а також до приниження його честі та гідності.

Сексуальне насильство в сім'ї – це примушування до небажаних статевих стосунків у родині, а також сексуальні дії, щодо неповнолітнього члена сім'ї. Чому це відбувається? По-перше, тому, що метою домашнього насильства завжди є встановлення контролю над жертвою, коли кривдник намагається бути єдиним «розпорядником» життя. Підкоряючись, жертва стає безпорадною, не може правильно оцінювати ситуацію, більше навіть не намагається себе захистити. У такому стані постраждалі від домашнього насильства часто самі відмовляються від спроб їм допомогти. По-друге, тому, що в українському суспільстві «не прийнято» розголошувати такі речі.

Отже, жертвою домашнього насильства може стати будь-хто: жінка, яку постійно лає і б'є її чоловік, дівчинка-підліток, що страждає від сексуальних переслідувань свого вітчима, хлопчик, якого лупцює мати-алкоголічка, старенька бабуся, що її ненавидять власні діти .

Враховуючи все вищезазначене, вбачаємо за необхідне доповнити Кримінальний Кодекс окремою статтею, яка б передбачала більш жорстоке покарання до осіб, які вчинили насильне, протиправне діяння щодо членів родини.

Таким чином, проблема насильства в сім'ї є дуже складною і багатосторонньою, у зв'язку з чим її рішення займе тривалий період і потребує об'єднання зусиль усіх громадських сил.

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

Дегтярьова А.В., студ. 3 курсу ЮФ
Науковий керівник: Сипленко О.В.

У сучасних економічних умовах значна увага приділяється розвитку інвестиційної діяльності та вдосконаленню ефективності її правового регулювання. Це зумовлено тим, що структурна перебудова та підвищення всіх форм господарювання залежить від обсягів інвестицій, їх якості, ефективності інвестиційного процесу, інвестиційного клімату в державі.

Останнім часом в Україні багато уваги приділяється інвестиційним процесам, без яких неможливо досягти помітних успіхів в економічних питаннях, зокрема впливу інвестицій на економічну безпеку країни.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції (в перекладі з англійської мови - капітальні вкладення)- це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект.

Відповідно до ст. 326 Господарського кодексу України інвестиціями у сфері господарювання визначаються довгострокові вкладення різних видів майна, інтелектуальних цінностей та майнових прав в об'єкти господарської діяльності з метою одержання прибутку або досягнення іншого соціального ефекту.

Економічна безпека держави – це дослідження національних економічних інтересів і загроз економічній безпеці України, здатності держави до захисту національних економічних інтересів і загроз економічній безпеці України, здатності держави до захисту національних економічних інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз, здатності національної економіки зберігати та поновлювати процес суспільного відтворення і достатній оборонний потенціал у кризових ситуаціях.

Так, наприклад, Міщенко В.Р. проблему інвестиційного середовища забезпечення економічної безпеки бачить у створенні ефективної ринкової економіки і забезпеченні розвитку відповідних демократичних інститутів, що призведе до поліпшення інвестиційної привабливості. Рішення цієї проблеми він бачить в усуненні суперечок між формальними і неформальними інститутами.

Відповідно до ст. 17 Конституції забезпечення економічної безпеки України є однією з найважливіших функцій держави в межах окремих територій виходячи з інтересів національної безпеки.

За оцінкою ООН, Україна найбільше постраждала від світової кризи через зниження світових цін на метали, погіршення інвестиційного клімату, зменшення споживання. У 2010 році прогнозувалося зменшення ВВП до 2,1%, а зростання безробіття – до 6,4%. Як бачимо інфляція збереглася на рівні 2009 року.

Держава повинна стимулювати іноземні інвестиції. У той же час існує ряд обмежень. Так, іноземне інвестування взагалі неможливе в окремі підприємства, що не підлягають приватизації, та у підприємства газотранспортної системи. Іноземці не можуть бути власниками земельних ділянок сільськогосподарського призначення, це негативно впливає на економічну безпеку.

Далі, законодавство встановлює максимально допустимі межі участі іноземців у статутному капіталі при створенні та діяльності видавництв (максимум 30%) та організацій розповсюдження друкарської продукції (максимум 35%). Водночас ці обмеження дуже просто обійти через створення в Україні дочірнього підприємства зі 100-вітсотковим іноземним капіталом.

Закон «Про основи національної безпеки України», як одну з загроз національній безпеці визначає « небезпечне для економічної незалежності України зростання частки іноземного капіталу у стратегічних галузях економіки»(ст. 7).Але цей закон залишається «беззубим», що так і не вийшов за межі порожніх декларацій.

Автори, які працювали в цій сфері раніше, пропонували такий вихід з поданої проблеми: не дозволяти часткову приватизацію підприємств у стратегічних галузях економіки, а також законодавством запровадити максимальну межу прямої та непрямої приватизації.

У цілому можна визначити такі основні напрямки стимулювання інвестицій:

- посилення контролю за обсягами діяльності суб'єктів підприємництва, які здійснюють діяльність на пільгових умовах оподаткування, звітності та обліку;
- забезпечення зрозумілості, несуперечливості законодавства та виконання діючих правових норм;
- забезпечення захисту прав власності, особливо в умовах поширення такого явища, як рейдерство, що серйозно дестабілізує вітчизняний бізнес та інвестиційний клімат. Це призведе в майбутньому до підвищення інвестиційної привабливості;
- зниження корупції;
- стабільних та впевнених економічних відносин між підприємцем та інвестором.

На мою думку, прийняті до уваги заходи будуть ефективними у вирішенні цієї проблеми та приведуть до позитивного результату для нашої країни та її громадян.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ПРОЦЕСУАЛЬНИХ ПРАВОВІДНОСИН

Деркач М.В., студ. 4 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Запара С.І.

Трудове право містить як матеріальні так і процесуальні норми права. Проте трудові відносини, в більшості випадках, потребують більшої процесуальної деталізації. Нажаль в Україні на сучасному етапі законотворчості так і не було відокремленого нормативного врегулювання трудових процесуальних правовідносин, що викликає багато проблем та неясностей, в тому числі, при вирішенні трудових спорів.

По-перше, судові спори вирішуються не тільки судом, а й іншими органами: комісією з трудових спорів, трудовим арбітражем, що дозволяє виносити рішення з конфліктних справ без залучення експертів чи спеціалістів з окремих питань, висновки яких могли б слугувати значущими доказами та допомогли б справедливо винести рішення з питань порушених трудових прав. Рішення, які виносяться цими органами, не завжди виконуються, так як в них не вистачає державної підтримки щодо примусу їх виконання, як навпаки, судові рішення – підлягають обов'язковому виконанню.

По-друге, порушується рівність в доказуванні своєї невинуватості, адже роботодавець має більше знань та володіє вільним доступом до управління виробництвом та відповідної документації. В судовому ж процесі суб'єкти рівні в своїх правах та наданні доказів, адже працівник може запросити спеціаліста з питань на яких він не розуміється.

Всі ці проблеми наштовхують на те, щоб відокремити трудове процесуальне право і здійснити відокремлене нормативне врегулювання трудових спорів. Виділення трудового процесуального права, як окремої галузі дозволить більш доступно конкретизувати трудовий процес та вирішення трудових конфліктів. Для такого виділення існують всі умови: об'єкт, яким є порушені трудові права, який має своєрідну специфіку і відрізняється від об'єкта цивільного процесу, суб'єкти, які будуть наділені трудовими процесуальними правами, та зміст. Змістом трудового процесуального правовідношення є права та обов'язки його суб'єктів. Суб'єкти трудового процесу можна класифікувати за кількісною ознакою: індивідуальні та колективні, що є підставою для виділення двох видів трудових відносин, відповідно колективних та індивідуальних. З цього випливає, що трудовий процес стикається з двома видами трудових спорів, вирішення яких більш широко можна проаналізувати, вивчити та дослідити під час виділення окремої галузі - трудового процесуального права.

В зарубіжних країнах розвиток правового врегулювання трудових процесуальних відносин набув більш широкого обсягу ніж в Україні, тому слід звернути увагу на це і можливо взяти за приклад деякі їх наукові та правові надбання. Трудовий процес прогнозує наявність спеціальних судових органів і суддів, які в змозі кваліфіковано і в коротші строки вирішити заяву працівника чи роботодавця. В даний час спеціалізовані суди по трудовим справам існують в багатьох країнах: Великобританії, Німеччині, Австрії, Франції, Канаді. Швеції. Швейцарії, Японії. Та ін. Умовно можна виділити дві моделі організації судів по трудовим справам. По-перше суди по трудовим справам складаються на двохсторонній партійній основі із суддів, які виносяться об'єднаннями підприємцями та профспілками. По-друге, склад суду по трудовим справам формується із професіонального судді і двох суспільних суддів, які призначаються по представництву роботодавців, їх об'єднань і профспілок.

Цікавим є досвід Росії, в якій ідея створення самостійних трудових судів вперше була запропонована в Інституті держави та права Російської академії наук в 60-х роках. Питання трудового процесуального законодавства були в сфері уваги спеціалістів торгово-промислової палати Російської Федерації, якими одними з перших був підготовлений проект Трудового процесуального кодексу. В 2002 р. в дослідженні цих питань активно брав участь професор В.І.Міронов.

З вищесказаного можна зробити висновки, що одним із шляхів по вирішенню проблем врегулювання трудових процесуальних відносин в Україні є створення окремих судів по трудовим спорам, де б працювали спеціально підготовлені фахівці. Це б дало можливість пришвидшити вирішення трудових конфліктів та більш професіонально та обґрунтовано задовольняти порушені права. А також отримати правову підтримку інших країн та більш розширити міжнародне співробітництво.

В основі будь-якого виробництва лежить трудовий процес. Трудовий процес — це матеріально і технічно обумовлений, організований процес прикладання людиною розумових та фізичних зусиль для одержання корисного результату, процес перетворення наявних ресурсів в потрібні (суспільно корисні) цінності та блага, що здійснюється і керується людиною. Трудові процеси розрізняються за такими ознаками: за характером предмета і продукту праці, за функціями працівників, за мірою механізації праці, за мірою тяжкості і шкідливості умов праці та ін.

Через різні інтереси та можливості, під час трудового процесу виникають розбіжності між його учасниками. Врегулювання трудових спорів є важливою проблемою для кожної країни, адже результати виробництва залежать від умов та гарантій праці, які надаються працівникам, а від ефективного виробництва залежить розвиток економіки країни та її місце на міжнародному рівні.

СУЧАСНА ЮРИДИЧНА ОСВІТА В УКРАЇНІ

Дідусенко А.О., асистент

Юридична освіта в Україні — це галузь вищої освіти, яка є ключовою в існуючій соціально-економічній ситуації, коли народ виборює свою державність. Вища юридична освіта посідає особливе місце в системі освіти України. Це обумовлено тією роллю, яку відіграє професія юриста у вирішенні дуже багатьох завдань, пов'язаних з нормальним функціонуванням держави і всебічним захистом громадянських прав і свобод. Практикуючий юрист у своїй діяльності приймає рішення, які визначають авторитет та повагу до держави і є надзвичайно важливими для долі людини. Не випадково саме в Конституції України зазначено , що Україна є суверенна й незалежна, демократична, соціальна , правова держава.

Юридична освіта на сьогодні, безумовно, розпливлася, поділилася на державну і приватну, а це багато про що свідчить. Звичайно, у наявності великої кількості юридичних вузів є певний позитив. Населення одержує юридичну допомогу і, я гадаю, що від цього суспільство лише виграє. Але необхідно все-таки чітко розрізнити пріоритети: для чого готується правник, в якій сфері він застосовуватиме набуті знання. Якщо це для підвищення кваліфікації менеджера, керівника якогось підприємства, установи — то тут мають бути одні вимоги. Але якщо молода людина готується стати професіональним юристом, працювати в державних структурах — то тут, вочевидь, треба підходити з іншою, більш високою мірою, з іншими вимогами. Проте і в державній, і в приватній формі юридичної освіти України мають бути досягнуті єдині стандарти, які б забезпечили б можливість випуску фахового, кваліфікованого юриста, який зможе відповісти на ті виклики , які ставить перед ним сьогодення. Проте саме ті юридичні школи, які були створені до набуття незалежності України, є тією колискою, яка випускає найбільш кваліфіковані юридичні кадри. До речі, у Німеччині є лише один приватний навчальний заклад, який готує юристів.

Головні чинники, які визначають розвиток змісту сучасної юридичної освіти, а саме: реалізація особистісно-орієнтованої парадигми в системі вищої юридичної освіти; фундаменталізація вищої юридично освіти; професіоналізація вищої юридичної освіти; перехід до різноманіття освітніх програм (за строками, рівнями і напрямами навчання), що створюють передумови для реального вибору індивідуальних освітніх траєкторій відповідно до запитів і можливостей особи; розроблення та впровадження в освітянську практику нового покоління державних стандартів вищої юридичної освіти; інформатизація вищої юридичної освіти, перехід від вивчення комп'ютерної техніки до освоєння інформаційних комунікаційних технологій.На сьогодні система вищої юридичної освіти є складною і взаємодіє з політичними, економічними, культурними та соціальними системами. Отже, в цих умовах вища юридична освіта не може бути пасивною, а мусить істотно й динамічно впливати на навколишнє середовище, формуючи цивілізоване демократичне правове поле. В цьому полягає її позитивна роль і велика просвітницька місія. Основними принципами універсальності вищої юридичної освіти України мають бути: вища юридична освіта повинна сприяти становленню культу злагоди і миру в суспільстві;доступ до вищої юридичної освіти всіх, хто для цього має необхідні здібності, мотивацію, а також адекватну підготовку на всіх етапах професійної юридичної діяльності протягом усього життя;призначення вищої юридичної освіти в тому, щоб надавати не тільки фундаментальні і професійні знання, а й насамперед виховувати законослухняного громадянина демократичної держави;вища юридична освіта повинна використовувати різні форми роботи для того, щоб задовольняти правові потреби громадян.

Універсальний підхід, пов'язаний з конкретними умовами сьогодення та характером освіти в цілому, дозволить краще визначити основні напрями розвитку вищої освіти, орієнтування їх на кінцевий результат.Для поліпшення сучасної юридичної освіти України в умовах адаптації законодавства України до міжнародних та європейських стандартів необхідно: завершити розробку і впровадження Державних стандартів вищої юридичної освіти з одночасним впровадженням системи державного контролю за рівнем фахової підготовки юристів;вивчити стан забезпечення юридичними кадрами з вищою освітою органів державної виконавчої влади, правоохоронних, судових органів соціального захисту населення і визначити потреби в спеціалістах за рівнями підготовки та спеціалізаціями; розробити і затвердити перелік посад, які можуть займати випускники вищих навчальних закладів з юридичною освітою відповідно до освітньо-кваліфікаційних рівнів; передбачити нові спеціалізації в юридичних навчальних закладах з урахуванням сучасних видів юридичної практики;розвивати міжнародні зв'язки в юридичній освіті, пов'язані з розробкою навчальних програм та інших компонентів освіти, спрямованих на інтеграцію юридичної освіти в світовий освітянський простір; створити гнучку розгалужену систему післядипломної освіти шляхом перепідготовки і підвищення кваліфікації спеціалістів з нових напрямків юридичної науки і практики з оптимальними термінами, періодичністю навчання та забезпеченням оновлення його змісту;розробити і прийняти державну програму підтримки видавництв, які випускають юридичну літературу.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ПРАЦІВНИКІВ. ПРОФЕСІЙНИ СПІЛКИ ТА ЇХ ПОВНОВАЖЕННЯ

Єрьоменко М.С., студ. 4 курсу ЮФ
Науковий керівник: к.ю.н., доцент Запара С.І.

Право на працю — одне з фундаментальних прав людини, встановлене міжнародно-правовими актами і визнане всіма державами. Це право належить до групи соціально-економічних прав і відображає потребу людини не лише створювати і здобувати джерела для існування для себе і своєї сім'ї, а й реалізувати свій творчий потенціал, виразити свою особистість.

Особливістю захисту трудових прав працівників від будь-яких порушень з боку інших учасників трудових і тісно пов'язаних із ними відносин є те, що така правозахисна діяльність здійснюється не лише державними органами, а й громадськими об'єднаннями. Основним таким правозахисним об'єднанням є профспілки, які відповідно до ст. 2 Закону України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» (далі - Закон) створюються з метою представництва, здійснення та захисту трудових, соціально-економічних прав та інтересів членів профспілки.

Слід зазначити, що право працівників створювати профспілки має конституційний характер. Частиною 3 ст. 36 Конституції України передбачено, що громадяни мають право на участь у професійних спілках з метою захисту своїх трудових і соціально-економічних прав та інтересів. Дане положення Конституції України дає зрозуміти що в її осонові лежить саме забезпечення прав та свобод не тільки людини чи громадянина а ще й найманого працівника. Те, що профспілки є однією з найперших організацій по захисту прав працівників свідчить і те, що в інших найбільш розвинених країнах світу цьому питанню також приділяється багато уваги, а саме нормативні приписи Конвенції Міжнародної організації праці «Про свободу асоціацій і захист прав на організацію» № 87, прийнятої у 1948 р., згідно з якими право на об'єднання в профспілки охоплює право працівників без будь-якого дозволу державних органів і фінансових формальностей створювати за своїм вибором профспілки; вільно здійснювати профспілкову діяльність тощо. Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» передбачає, що професійна спілка (профспілка) - добровільна неприбуткова громадська організація, що об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їх професійної (трудової) діяльності(навчання).

У Кодексі законів про працю України зазначено, що відповідно до Конституції України та Закону України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» громадяни України мають право на основі вільного волевиявлення без будь-якого дозволу створювати професійні спілки з метою представництва, здійснення та захисту своїх трудових і соціально-економічних прав та інтересів, вступати до них та виходити з них на умовах і в порядку, визначених їх статутами, брати участь у роботі професійних спілок.

За підрахунками фахівців, профспілки в різних організаційно-правових формах беруть участь у вирішенні питань, що стосуються організації й оплати праці, нормування робочого часу та часу відпочинку, охорони праці, соціально-правового захисту працівників. Ці питання торкаються як індивідуальних, так і колективних інтересів працівників. Профспілки захищають колективні інтереси працівників незалежно від того, чи є вони членами цих профспілок. У питаннях індивідуальних прав та інтересів працівників профспілки мають право на представництво прав та інтересів лише своїх членів у порядку, передбаченому законодавством і статутами профспілок. При цьому профспілки мають право представляти своїх членів при реалізації ними конституційного права на звернення за захистом своїх прав до судових органів, до Уповноваженого Верховної Ради з прав людини, а також до міжнародних судових установ.

Профспілки та їх об'єднання ведуть колективні переговори, здійснюють укладання колективних договорів, генеральних, галузевих, регіональних, міжгалузевих угод від імені працівників у порядку, встановленому законодавством, а також здійснюють контроль за виконанням колективних договорів і угод. Таким чином, профспілки захищають право громадян на працю, беруть участь у розробленні та здійсненні державної політики в галузі трудових відносин, оплати та охорони праці, соціального захисту.

Отже, основною функцією профспілок є захисна функція. Слід зазначити, що захисна функція профспілок не виникає сама собою, а є логічним продовженням захисної функції трудового права України, яке в першу чергу покликане не тільки врегульовувати трудові та тісно повязані з трудовими відносини, а ще й захищати працівників, які є невід'ємною складовою цих відносин. Проте профспілки мають і певні проблеми, одна з них – підготовка профспілкових кадрів, адже вони вирішують усе. Має бути розроблено нову концепцію, яка передбачатиме підготовку профспілкових працівників як соціальних менеджерів, фахівців профспілкового та робітничого руху. З моєї точки зору профспілки втрачають ініціативу коли вони працюють тільки із членами профорганізацій, а не найманими працівниками в цілому. У вирішенні конфліктних питань заради досягнення консенсусу профкоми мають використовувати всі існуючі механізми та технології. Їм потрібні високий рівень професіоналізму, розуміння проблем, причин їх виникнення та можливостей розв'язання.

РЕЄСТРАЦІЯ У ПОЗЕМЕЛЬНІЙ КНИЗІ НІМЕЧЧИНИ ПРАВ НА ЗЕМЛЮ

Іваненко Д.Д., ст. викладач

Законодавство Німеччини у галузі землеволодіння існує у матеріальній (Німецьке Цивільне Уложення) та формальній частинах (Положення про порядок ведення Поземельних книг). Матеріальне право містить у собі норми для зміни прав на землі ділянки, регулює купівлю-продаж земельних ділянок, взаємовідносини осіб та особи і землі.

Формальне право містить норми щодо реєстрації земельних ділянок, відомчі вказівки та правила як реєструвати різноманітні форми землеволодінь згідно до Положення про порядок ведення Поземельних книг.

Внесення запису до Поземельної книги є необхідною умовою будь-якого набуття прав на земельну ділянку або інших конституційних прав, прирівняних до них. У Поземельній книзі реєструються усі права на земельну ділянку. Для кожного з цих прав заводиться окремий листок Поземельної книги. Для різних земельних ділянок, що належать одній фізичній особі, може бути заведено один загальний "персональний лист" Поземельної книги.

Фоліант Поземельної книги має структуру, описану наступним чином:

1. Титульна сторінка:

- назва окружного суду;
- округ Поземельної книги;
- номер фоліо;
- відмітка про відкриття та закриття опису.
- при спадкових правах забудови ставиться відмітка у лапках "Спадкова книга ділянки під забудову"; при кондомініумі слово "Квартирна Поземельна книга", або "Часткова Поземельна книга власності", або "Квартирна книга спадкування ділянки під забудову".

2. Інвентаризаційний опис:

- демонструє земельні ділянки під кадастровими номерами;
- кадастрова карта розподілена на частини кордонами;
- описує права (сервітути) щодо земельних ділянок;
- реєструє записи: "Запас", "Приписування" (виникає внаслідок поділу або об'єднання земельних ділянок) "Амортизаційні відрахування" (виникає внаслідок передачі земельної ділянки (її частини) до розділу Поземельної книги для однієї нерухомості).

3. Частина I - власник:

- ПІБ власника землі;
- підстава реєстрації (наприклад, купівля-продаж, спадкування, судове рішення, результат аукціону).

4. Частина II - особисті сервітути:

- обтяження та обмеження на земельну ділянку, за виключенням заставних прав, що вносяться до частини III Поземельної книги;
- обтяження: сервітути згідно §§ 1018 Цивільного уложення (особисті сервітути, речові права користування чужими речами тощо), право довгострокового користування квартирою та речове право користування нежитловим приміщенням, поземельні податки, узуфрукт, право переважної купівлі, попередній запис про майбутній перехід права власності на земельну ділянку, спадкове право забудови;
- обмеження: відмітка у кадастрі про субституцію при спадкуванні; відмітка виконавця заповіту; продаж нерухомого майна на публічному аукціоні в порядку примусового виконання судового рішення та відмітка про примусове управління; відмітка про неплатоспроможність; відмітки про санацію та про розподіл; положення адміністрації та регулювання використання при загальній дольовій власності.

5. Частина V: дана частина існує для запису іпотек, іпотечних боргів та боргових рент, включаючи віднесені до цих прав попередні записи, протиріччя та зміни.

Реєстрація усіх прав власності в Поземельній книзі служить зміцненню правової надійності в правових, економічних відносинах, сфері управління (наприклад, планування територій, податки тощо). Усі записи в Поземельній книзі сприймаються як юридично правильні, поки не буде доведено зворотнє. Кожен громадянин може довіряти даним Поземельної книги. На основі цієї довіри щодо правильності даних Поземельної книги, можуть прийматися юридичні та економічні рішення. Реєструються тільки необхідні до занесення права і ті лише на основі заяви, а не за ініціативою самого Управління. Зміна права набуває сили з моменту його занесення в Поземельну книгу, адже вона є перманентно-актуальним документом. У неї заноситься: зміст договору про купівлю-продаж, дані вимірів земельної ділянки (дані кадастру, позначення, площа (га), вид реального землекористування). У Поземельну книгу, на відміну від кадастру нерухомості, заносяться не всі земельні ділянки. Наприклад, державні земельні ділянки, якщо вони не знаходяться в обороті, землі комун, церковних громад, монастирів і громадських шляхів залізничного сполучення.

ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЮРИСТА

Калюжна С.В., асистент

Професія юриста, як своєрідний вид соціальної діяльності, виділяється серед інших цілим рядом специфічних властивостей, зумовлених тією роллю, яку відіграють право і законність у житті суспільства. Охорона прав і законних інтересів громадян, безкомпромісна боротьба з правопорушеннями, висококваліфіковане розв'язання різноманітних юридичних проблем - є змістом повсякденної діяльності юристів і разом з тим являється їх професійним обов'язком.

Характерною ознакою відданості юриста своїй справі, професійної зрілості є загострене почуття справедливості. Для юриста це, насамперед, означає небайдужість до біди, нещастя інших людей, у тому числі і до таких, які через збіг складних життєвих обставин самі опинилися серед правопорушників. На відміну від інших громадян, юрист, саме завдяки своєму професійному хисту, спроможний не обмежуватися роллю спостерігача, а активно й ефективно домагатися відновлення порушених прав, встановлення справедливості.

Всупереч відомому прислів'ю "людині властиво помилятися", юрист, як і лікар, не має права на помилку. Адже вона занадто дорого обходиться людині і суспільству в цілому. Її ціною іноді можуть бути тяжкі наслідки - втрата волі, здоров'я і навіть життя. Звичайно, ніхто не застрахований від прийняття хибних рішень, але у тому і полягає особливість юридичної діяльності, щоб "метод спроб та помилок" був для неї неприйнятний. У першу чергу юрист має глибоко усвідомлювати, що свою місію він виконує будучи наділений високою довірою суспільства і держави, а тому повинен бути порядним, чесним, безкорисливим, об'єктивним, постійно прагнути до самовдосконалення.

Тому, рішення з будь-якої юридичної справи має бути глибоко виваженим, всебічно обміркованим, що і є головною передумовою його непогрішимості. Складність юридичних проблем, що має розв'язувати юрист, багатогранність юридичної діяльності, її своєрідний характер зумовлює наявність професійно - правового мислення у працівників цієї категорії. У теорії професійне юридичне мислення визначається, як система інформаційної насиченості, що складається у особи установками професійного призначення. Професійне мислення юриста має базуватися на виключно високій нормативній культурі, вірі у кінцеву неперебореність ідей права і справедливості.

Професійне мислення юриста включає в себе такі важливі складові елементи, як універсалізм і ерудованість. Справжнім професіоналом може стати лише людина з високим інтелектом, стійкими психологічними якостями, який кваліфіковано користується юридичним інструментарієм при розв'язанні юридичних проблем в ім'я захисту прав і законних інтересів громадян.

Для загальної характеристики професії юриста необхідно визначити ряд ознак, які дозволять висвітлити те особливе, що відрізняє її від інших професій. Юридичну роботу здійснюють на сьогоднішній день тисячі уповноважених на те спеціалістів, які виконують значну кількість юридичних, значущих дій, вирішують щоденно десятки та сотні тисяч юридичних справ. Всеосяжний характер та значущість цієї сфери для суспільства передбачають наявність значної кількості спеціальностей в межах юридичної професії.

Від поради або рішення юриста багато в чому залежить доля людини, благополуччя сім'ї, її майновий стан, економічний розвиток суспільства. При цьому, помилки в роботі юриста - це пряма загроза суспільним інтересам, які охороняються правом. За свої помилки кожний юрист несе особисту відповідальність. Однак слід зробити акцент на відповідальності позитивній, яка полягає у відповідальному, свідомому ставленні до своєї роботи, що забезпечує її високу якість.

Як зазначав Бедь В.В., юридична діяльність дуже часто відбувається на стику протилежних інтересів в умовах протидії або відкритої боротьби: позивач - відповідач, обвинувачений - потерпілий, правопорушник - співробітник правоохоронного органу тощо. Наявність подібних суперечностей у професійній діяльності юристів обумовлено протилежністю індивідуальних потреб та інтересів. Тому у більшості випадків юридична діяльність здійснюється на основі компромісу із суспільством та його представниками.

Всяка кваліфікована роботи вимагає від свого виконавця наявності певного рівня інтелекту, професійних знань, оціночних критеріїв, почуттів, професійного етикету. Однак, щодо роботи юриста, слід сказати, що це в більшості випадків інтелектуальна робота. В ході вирішення юридичної справи юристу доводиться застосовувати загальні вимоги правової норми до конкретної життєвої ситуації шляхом прийняття відповідного рішення. Це передбачає необхідність прогнозування подальшого розвитку подій, моделювання можливих ситуацій, визначення засобів для їх попередження, що свідчить про інтелектуальну напруженість юридичної роботи.

Поряд з принципами самостійності, індивідуальної відповідальності, процесуальної незалежності робота юристів багато в чому має колективний характер. Правова культура юриста вбачається в творчому осмисленні правових норм, законів, правових явищ з погляду їх гуманістичного, демократичного і морального змісту.

Професіоналізм і справедливість торжествують у юридичній практиці лише тоді, коли юрист як служитель закону чесно виконує свій морально-правовий обов'язок, постійно підвищує свою майстерність, опановує досягнення теоретичної та практичної юриспруденції.

ПРАВОВИЙ ІНСТИТУТ УПОВНОВАЖЕНОГО З ПРАВ ЛЮДИНИ

Шестерньов Д.О., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: ст. викладач Іваненко Д.Д.

Інститут Уповноваженого з прав людини є для України новим. Разом з тим, в світовій практиці він займає важливе місце серед органів, що здійснюють контроль за діяльністю апарату управління і захищають права осіб. Його зміст і діяльність відкрили новий розділ у відносинах між державою і громадянином, між особами, наділеними владою, і керованими.

Цей інститут справедливо вважається важливим чинником зміцнення законності в діяльності виконавчої влади. У різних країнах він називається по-різному: омбудсмен, проведор, медіатор, уповноважений тощо. Узагальнене, майже загальноприйняте найменування цієї посади – омбудсмен. Сам "термін" "омбудсмен" походить від слова "umbud", яке в середньовічній шведській мові означало силу або авторитет, або особу, яка була перекладачем чи представником інших осіб.

Вперше така посада була введена в Швеції в 1809 р. і отримала назву "Парламентський омбудсмен". Зміни суспільних умов на межі XVIII-XIX століть сприяли виникненню в Швеції конституційних норм. Для того, щоб урівноважити широкі повноваження короля з повноваженнями парламенту, останньому надавалося право обирати спеціального парламентського комісара (омбудсмена) для здійснення нагляду за дотриманням законодавчих актів парламенту судами й іншими органами влади. Із самого початку цей орган був наділений функціями здійснювати конституційний контроль за діяльністю виконавчої влади і інших органів, а також сприяти поліпшенню захисту прав громадян від свавілля адміністрації.

У державно-правовому сенсі омбудсмен розглядається як гідна довіри незалежна особа, уповноважена парламентом на охорону прав окремих громадян, що здійснює опосередкований парламентський контроль у формі нагляду за всіма державними посадовцями, але без права зміни ухвалених ними рішень.

Ідея створення подібної посади широко розповсюдилася. Другою країною, що заснувала подібний орган, стала Фінляндія (1919 р.). Потім цей інститут був створений в Данії, Норвегії, Новій Зеландії, Франції, Великобританії, інших країнах Європи, Америки, Азії, Африки.

Досвід свідчить, що потреба в цьому інституті утворюється тоді, коли виникає необхідність додаткового захисту прав громадян проти адміністративного свавілля. Зростання державної і адміністративної діяльності сприяє появі суперечливих інтересів влади і громадянина. Цій тенденції сприяє і постійне зростання числа працівників державного апарату, велика кількість правових норм, перевантаженість адміністративних судів. Розповсюдження інституту омбудсмена і включення його в конституційно-політичну систему низки країн пояснюється проникненням держави у всі соціальні області життя суспільства, зростанням державного апарату, який, діючи в рамках права, може ущемити громадянина.

З погляду громадянина, омбудсмен є перш за все посадовцем, до якого можна звернутися у разі незадоволеності адміністративним рішенням, процесом його ухвалення, а також діями працівників державного апарату.

Відомство омбудсмена належить до найвищих органів держави, не будучи в той же час ні органом законодавчої влади, ні органом виконавчої влади, ні судовим органом. Найважливіша особливість омбудсмена – незалежність.

В деяких державах наглядові функції омбудсмена розповсюджуються, хоч і в обмежено, на діяльність судових органів, адміністрації в'язниць, муніципальних органів, психіатричних лікарень. У низці країн створюються спеціалізовані омбудсмени, наприклад з питань військового управління, з проблем рівноправ'я жінок і чоловіків тощо.

Основний метод роботи омбудсмена – розгляд і перевірка скарг, що поступають від громадян. Практично у всіх країнах громадяни мають прямий контакт з омбудсменом. Винятком є Франція і Великобританія, де скарги подаються тільки через членів парламенту. Здійснюючи свої обов'язки щодо розгляду скарг, омбудсмен володіє широкими повноваженнями: він може зажадати необхідні акти для перевірки, знайомитися з документами, проводити перевірочні дії, вимагати пояснень від посадовців і громадян. У своїй діяльності омбудсмен не зв'язаний вузькоюридичними міркуваннями, він спостерігає не тільки за законністю, але і за доцільністю актів і дій адміністрації та наслідками їх виконання. Як посередник між громадянами і державними органами, він не має права змінювати рішення адміністративних органів.

Таким чином, діяльність омбудсмана дозволяє усунути існуючі суперечності між державою і громадянським суспільством, легітимізувати владу, гарантувати громадянам право на "належне управління" з боку державо-владних структур шляхом дотримання ними не тільки "букви закону", але й "духу юридичних норм", правил адміністративної етики. Саме ця обставина, а також легкодоступність омбудсмана, відсутність зайвих формальностей у його роботі обумовлюють поширення у світі омбудсманівської ідеї.

НЕДОЛІКИ ПРОЕКТУ ТРУДОВОГО КОДЕКСУ

Хоменко Д.А., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Правознавство»
Науковий керівник: к.ю.н, доцент Запара С.І.

Проект нового Трудового кодексу України (далі Проект) викликав значний інтерес як у фахівців, так і пересічних громадян. Значення Кодексу важко переоцінити, оскільки для регулювання трудових відносин він є своєрідною конституцією. Це означає не тільки те, що він — головний акт серед безлічі нормативно-правових актів різного рівня у сфері праці, а й те, що він повинен охопити регулюванням весь комплекс відносин з основних питань трудового права.

В Кодексі законів про працю України,так і в Проекті нормальна тривалість робочого часу залишається незмінною-не більше 40 годин на тиждень.Необхідно зазначити,що як чинним КЗпП,так і Проектом передбачається,що тривалість щоденної роботи в межах робочого тижня повинна бути, як правило, однаковою.Проте,згідно з Проектом, колективним договором або нормативним актом роботодавця, погодженим з виборним органом первинної профспілкової організації (профспілковим представником), тривалість щоденної роботи може бути продовжена, але не більш як до 10 годин за умови дотримання тижневої норми робочого часу, визначеної законом. Максимальна тривалість щоденної роботи за підсумованим обліком робочого часу не повинна перевищувати 12 годин. За наявності письмової згоди працівника допускається встановлення більшої тривалості щоденної роботи. Отже, формально для працівників встановлюється максимальний 12-годинний робочий день.Фактично збільшено граничні норми тривалості робочого дня.

Проектом передбачено,що у випадку якщо колективний договір не укладено, питання, що мають бути ним врегульовані відповідно до вимог Кодексу, регулюються нормативними актами роботодавця, погодженими з виборним органом первинної профспілкової організації (профспілковим представником) або вільно обраними працівниками представниками (представником), а в разі їх відсутності роботодавець самостійно приймає такі акти.Ця пропозиція потребує суттєвого доопрацювання,оскільки існує загроза,що роботодавець буде приймати рішення в односторонньому порядку.Привертає увагу істотні розходження в регулюванні матеріальної відповідальності роботодавця перед працівником і працівника перед роботодавцем. Розмір відшкодування за КЗпП обмежено розміром прямої дійсної шкоди, але не більшої середнього місячного заробітку і, як правило, обмежується її певною частиною.В Проекті говориться про матеріальну відповідальність у розмірі середньої місячної заробітної плати.Це призведе до зміни розміру відшкодувань, і ця зміна може сягати декількох тисяч гривень у кожному конкретному випадку. У КЗпП є перелік випадків обмеженої матеріальної відповідальності, у Проекті він взагалі відсутній. Відсутність такої норми дає додаткову можливість роботодавцю застосовувати повну матеріальну відповідальність. Роботодавцю надається право самостійно, в односторонному порядку, визначати як наявність вини того чи іншого найманого працівника у заподіянні роботодавцю шкоди,так і розмір збитку, що підлягає відшкодуванню. Цікавою із точки зору дотримання прав працівника слугує також норма Проекту, яка надає роботодавцю право контролювати виконання працівниками трудових обов'язків, у тому числі з використанням технічних засобів, якщо це зумовлено особливостями виробництва. Нажаль, стаття обходить питання про збір і збереження інформації, отриманої в ході запису. Проект передбачає диференціацію залежно від розміру підприємства. Запроваджується категорія „суб'єкти малого підприємництва" (до 20 осіб), на які поширюються особливі умови регулювання. Такі умови можуть виявитися менш сприятливими для працівників. На цих підприємствах працівник попереджатиметься про наступне звільнення не пізніш як за два тижні ,сьогодні ці строки складають 2 місяці. Норми надають власнику більше влади над трудовим коллективом. Роботодавець – суб'єкт малого підприємництва самостійно затверджує правила внутрішнього трудового розпорядку . Згідно з Проектом, не встановлюється броня для прийняття на роботу осіб, які потребують соціального захисту та інвалідів.«Особливі» умови регулювання загрожують ще одній категорії працівників – неповнолітнім. Їх можливо буде звільнити без згоди служби у справах дітей. Із Проекту повністю вилучено розділ XVI теперішнього КЗпП "Гарантії діяльності професійних спілок щодо захисту трудових та соціально-економічних прав працівників".Крім цього, законопроект урізає права профспілок щодо захисту прав робітників. Пропонується,що розірвання трудового договору з ініціативи власника допускається після попереднього погодження з виборним органом первинної профспілкової організації .У разі звільнення працівника всупереч пропозиціям виборного органу первинної профспілкової організації цей орган і працівник можуть звернутися до суду. Тобто від роботодавця вимагається лише погодити з профспілкою звільнення, фактично лише попередити про нього. Питання, пов'язані з функціонуванням Комісій з трудових спорів вирішено на користь роботодавця – рішення приймаються тільки одностайно. Окрім того, статтю доповнено наступними словами – рішення підлягає добровільному виконанню роботодавцем у строк визначений рішенням.

З моєї точки зору Проект порушує принцип рівності суб'єктів трудових правовідносин,надаючи перевагу в більшості питань роботодавцю.Оскільки це не припустимо,вважаю,що Проект потребує доопрацювання.

ПРОБЛЕМИ БОРОТЬБИ ЗІ ЗЛОЧИНАМИ НА ДОРОГАХ УКРАЇНИ

Коробка О.С., ст. викладач

Збільшення потужності та швидкості руху транспортних засобів, їх кількості, що має важливе значення для розвитку суспільства, викликає і негативні явища, оскільки більш тяжкими стають наслідки транспортних аварій в яких перш за все гинуть люди.

Самим ганебним явищем на дорогах України є те, що все більше людей гине в наслідок управління транспортними засобами водіями в нетверезому стані. В результаті таких аварій гинуть як самі водії та їх пасажири, так і пересічні громадяни, які знаходяться на зупинках, тротуарах та пішохідних переходах, не беручи до уваги випадки загибелі людей на проїздних частинах дороги.

Основними причинами такого становища перш за все є відсутність дисципліни серед водіїв транспортних засобів, низький їх професійний рівень, а також неналежний контроль зі сторони керівництв транспортних організацій та ДПС ДАІ за дотриманням ними правил дорожнього руху та того стану в якому ті перебувають. На стан аварійності впливає і стан доріг України.

На мій погляд крім цих причин також необхідно звернути увагу на недосконаліть перш за все кримінального законодавства України, що стосується передбачення відповідного покарання, як до п'яних водіїв, що скоїли злочин, так і інших відповідальних осіб.

Стаття 286 КК України передбачає діяння, що полягає у порушенні правил безпеки дорожнього руху або експлуатації транспорту. Воно може вчинятися шляхом дії або бездіяльності і полягає у вчиненні дій, які забезпечені правилами дорожнього руху.

Діяння при вчиненні цього злочину завжди пов'язане з недотриманням вимог відповідних нормативних актів – правил безпеки руху та експлуатації транспортних засобів. Такі правила встановлені у законах та інших нормативно – правових актах, насамперед правилах дорожнього руху.

Обстановка вчинення злочину характеризується тим, що діяння вчиняється, та наслідки настають в обстановці дорожнього руху, тобто в процесі пересування транспортних засобів з суб'єктивної сторони злочин передбачений ст. 286 КК України характеризується необережною виною.

Застосування ст. 286 КК України в нинішній редакції бажаного ефекту не дає та і не може дати, так як не передбачає можливості застосування такого покарання, яке б відповідало тяжкості злочину. В даній статті належним чином не враховується скоєння злочину в стані алкогольного сп'яніння. Наприклад, ч.2 ст. 286 КК України передбачає покарання у вигляді позбавлення волі від трьох до восьми років за спричинення смерті або тяжких тілесних ушкоджень потерпілому внаслідок порушення правил безпеки дорожнього руху, а ч. 3 ст. 286 КК України за спричинення смерті декільком особам тільки десять років позбавлення волі.

Отже, найбільше покарання п'яний водій може отримати за вбивство однієї людини – це вісім років позбавлення волі, а за вбивство декількох осіб ч.3 ст. 286 КК України передбачає найбільше покарання лише десять років позбавлення волі. Це означає, що якщо із за вини п'яного водія загинуть десятки людей, то кримінальний закон передбачає максимальне покарання тільки десять років позбавлення волі. Це покарання несправедливе і не відповідає тяжкості скоєному діянню. Хочу звернути увагу, що ч. 3 ст. 286 КК України в редакції 2001 року передбачала за спричинення смерті декільком особам верхню межу позбавлення волі дванадцять років, а уже в редакції 2008 року ця межа становить десять років.

Для більш конкретного розуміння проблеми, можна порівняти дві статті КК України : за ч.1 ст. 115 КК України особа за скоєння вбивства в стані сп'яніння максимум може отримати

п'ятнадцять років позбавлення волі, а за ч. 3 ст. 286 КК України п'яний водій , який позбавляє життя багатьох осіб лише десять років.

Порушення правил безпеки дорожнього руху або експлуатації транспорту особою, яка керує транспортним засобом, що спричинило потерпілому середньої тяжкості тілесне ушкодження, - карається штрафом від двохсот до п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або арештом на строк до шести місяців, або обмеженням волі на строк до трьох років, з позбавленням права керувати транспортними засобами на строк до трьох років або без такого.

На мою думку, в такій редакції стаття 286 КК України не може стати фактором, який би стримував кількість загибелі людей на дорогах по вині п'яних водіїв.

Тому вважаю за потрібне внести зміни до кримінального законодавства України та прирівняти загибель людей на дорогах по вині п'яних водіїв до навмисного вбивства і передбачити верхню межу покарання у вигляді п'ятнадцять років ув'язнення за загибель однієї людини, а за загибель двох і більше осіб – довічне ув'язнення. Крім цього в кримінальному законодавстві України, потрібно підвищити кримінальну відповідальність осіб, які не виконують свої обов'язки по недопущенню п'яних водіїв до управління транспортними засобами.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІНТЕГРОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ДОВКІЛЛЯ ПРИБЕРЕЖНИХ ТЕРИТОРІЙ ТА АКВАТОРІЙ В США

Роговенко О.В., ст. викладач

Прибережна смуга України внаслідок природних характеристик та економічної, екологічної, наукової цінності потребує комплексного підходу в забезпеченні її раціонального і сталого використання та збереження. Наявна система управління в означеній сфері стосовно прибережної смуги морів значною мірою диференційована за природноресурсовим критерієм та почасти спрямована на забезпечення галузевих економічних чи приватних інтересів щодо використання природних ресурсів прибережної смуги морів унаслідок особливостей системи державного управління взагалі, успадкованих від вертикальної командно-адміністративної системи. Тому, на нашу думку, світовий досвід інтегрованого управління охороною довкілля прибережних територій та акваторій, зокрема досвід США, буде корисним для України.

Управління і планування у сфері природокористування в прибережній смузі морів у багатьох економічно розвинутих державах виникли у 1970-х роках.

Великий позитивний досвід у цій царині накопичений у США, Великій Британії, Франції, Австралії, Новій Зеландії та інших країнах. У США й Австралії (остання взяла американське законодавство в сфері управління прибережною зоною як модель для свого законодавства) набули поширення програми управління прибережною зоною. В 5 з 19 латиноамериканських країн (Аргентині, Бразилії, Колумбії, Коста-Ріці, Еквадорі) у другій половині 1980-х років відбулася еволюція процесу управління прибережною зоною: від «нерозуміння» до «програми управління» – зростання усвідомлення необхідності управління і готовності приступити до розробки програм планування і управління прибережними районами.

Морська і прибережна діяльність у береговій зоні США регулюється низкою федеральних актів. З-поміж основних – Закон про річки і порти, який регламентує природокористування у береговій зоні; Закон про державну політику в галузі охорони навколишнього середовища; Закон про охорону морського середовища, морські розробки і морські дослідження; Закон про глибоководні порти, Закон про розвиток водних ресурсів, Закон про контроль забруднень федеральних вод; Закон про зникаючі види рослин і тварин, Закон про управління прибережною зоною тощо.

У процесі вдосконалення системи управління в сфері використання та охорони берегової зони в США сформувалася система державних органів управління, яким підвідомча морська і берегова діяльність. Це і комітети Конгресу, і низка федеральних агенцій й організацій, а також Департамент торгівлі і створене в його складі Національне управління океану й атмосфери.

Визначальну роль у становленні сучасної системи управління в сфері використання та охорони берегової зони в США відіграв Акт (закон) про управління береговою зоною від 1972 року з наступними змінами (1976, 1980, 1984, 1986, 1990 роки), що діє не тільки у береговій зоні моря, а й у береговій зоні Великих Озер. Цей закон заохочує штати розробляти програми управління прибережними ресурсами за умови, що ці програми розроблятимуться відповідно до федеральної політики з її критеріями, методами і стандартами при вирішенні питань використання земель і вод прибережної зони. У випадку затвердження програми передбачаються федеральні субсидії та технічна допомога. Після затвердження програми берегокористування штатів набувають сили федерального юридичного акту і стають обов'язковими для всіх міністерств і відомств.

У законі визначені повноваження і функції штату, зокрема, встановлення ефективного механізму взаємодії між різними агентствами штату, контроль і нагляд за використанням земель і вод відповідно до програми управління.

У кожному штаті є своє законодавство, засноване на дотриманні єдиних державних принципів. Для одержання федеральної допомоги розроблювальна програма обов'язково повинна встановлювати кордони території й акваторії, у межах яких вона має діяти; визначати види господарської діяльності, що вимагають обмежень у зв'язку з негативним впливом на прибережні екосистеми і заходи для управління; виділяти критичні ділянки берегової зони, що вимагають особливого режиму природокористування; передбачати участь державних установ і громадськості в процесі управління, а також механізми координації між агентствами штату і між штатом й місцевими органами управління тощо.

Функцією штату є створення правового механізму регулювання природокористування, а функція місцевого самоврядування – впровадження цього механізму. Між рівнем штату і місцевого самоврядування існує регіональне управління у вигляді Комісії з регіонального планування. Зокрема, за законом 1972 року в Каліфорнії була створена комісія штату і 6 регіональних комісій для розробки планів і регулювання забудови узбережжя в смузі 900 м вище за середню лінію високого припливу (плануванню підлягає смуга до гребня вододілу, але не ширше ніж 8 км) і тримильної прибережної зони, у межах якої потрібен дозвіл на будь-які види будівництва і роботи, пов'язані зі зміною ландшафту, землечерпанням. Комісії забезпечують необхідний контроль за використанням берегової зони до затвердження загального плану законодавчими органами штату [1, с. 18].

Спрямованість програми управління в сфері використання та охорони берегової зони відрізняється від штату до штату залежно від географічних і природних особливостей. Приміром, на атлантичному узбережжі США основна увага програм зосереджена на охороні водно-болотних угідь, що відіграють важливу роль у відтворенні рибних запасів прибережних вод, а на тихоокеанському узбережжі – на вирішення конфліктів, пов'язаних із приватним характером землекористування в береговій зоні, забрудненням прибережних вод і охороною водно-болотних угідь.

Система адміністративного управління природокористуванням також сильно різниться від штату до штату: в одних штатах створені спеціальні органи, що мають достатні повноваження для повного управління в береговій зоні, а в інших – існують лише міжвідомчі робочі групи.

Федеральні закони США стосовно берегової і морської діяльності регламентують такі її види:

I. Розвиток узбережжя: а) для житлового будівництва; б) для портів і промисловості; в) для сільського господарства; г) для відпочинку й охорони природних комплексів.

II. Експлуатація і управління прибережними і морськими ресурсами: а) підземними копалинами морського дна (тверді, нафта і газ); б) біологічними ресурсами; г) рекреаційними; д) опрісненням.

III. Захист морського середовища від: а) забруднень із наземних джерел; б) забруднень із суден і морських споруд; в) забруднення при розміщенні відходів; г) знищення місцезнаходження спеціальних об'єктів (гідротехнічне будівництво, військова діяльність, сільськогосподарське виробництво тощо).

IV. Морські наукові дослідження, моніторинг, заповідники (чи інші особливо охоронювані території).

Підбиваючи підсумки аналізу системи управління природокористуванням у береговій зоні США, слід зазначити, що, попри те що використання природних ресурсів узбережжя і морських акваторій регулюється низкою законодавчих актів, центральне місце з-поміж них посідає Акт про управління береговою зоною. Основні федеральні відомства, котрі беруть участь в управлінні природокористуванням у береговій зоні моря, – Управління берегових і океанічних ресурсів, Агентство з охорони навколишнього середовища й Армійський корпус інженерів. Менше – Служба охорони риб і диких тварин, Берегова охорона і Федеральне управління з надзвичайних ситуацій.

Важливу роль у здійсненні політики управління береговою зоною відіграють штати, які розробляють і реалізують за фінансової підтримки федерального уряду програми управління береговою зоною. Під час вироблення політики управління прибережною зоною в різних штатах використовуються такі методичні підходи, як територіальне планування освоєння берегових ресурсів; функціональне зонування берегової смуги, тимчасовий мораторій на господарську діяльність у береговій зоні в штатах із високим рівнем господарського впливу на цю зону; механізм функціонального управління природокористуванням; включення планування природокористуванням у береговій зоні моря в загальну систему управління природокористуванням за умови випереджального планування у береговій зоні і контролю за землекористуванням у цій зоні.

З огляду на наведену практику нормативно-правового регулювання в сфері використання та охорони прибережної смуги морів доцільним було б запозичити досвід США у частині врахування досвіду диференціації природно-кліматичних умов при формуванні механізму нормативно-правового забезпечення та державного управління, беручи до уваги особливості геокліматичних умов, особливостей флори та фауни тощо. Доцільним також вбачається запозичення способу зонування прибережної смуги морів з урахуванням особливостей правової охорони окремих зон, можливості забудови та використання для господарських цілей. Не менш важливим є пряме цільове фінансування природоохоронних заходів щодо відтворення та охорони прибережної смуги морів з Державного бюджету України та введення податкових важелів впливу на порушників правового режиму використання та охорони прибережної смуги морів.

Використана література:

1. Методологические аспекты правового регулирования использования природных ресурсов и акваторий Черного и Азовського морей / В.Н. Степанов, Л.Л. Круглякова, И.Ю. Крилова. – О., 1995. – 65 с.

ПРОБЛЕМИ КОМПЛЕКСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

Ткаченко В.В., асистент

Тривалий час методи захисту інформації розробляли лише державні органи, а їх провадження розглядалось як включне право тієї чи іншої держави. Однак в останні роки з розвитком комерційної та підприємницької діяльності збільшилась кількість спроб несанкціонованого доступу до конфіденціальної інформації, а проблеми їх захисту стали у центрі уваги багатьох учених та фахівців різних країн. Внаслідок цього з'явилася низка відкритих публікацій про дослідження та розробки в цій галузі, значно зросла потреба у фахівцях із захисту інформації.

Існує багато різних засобів несанкціонованого доступу до інформації. Ніякий окремо взятий засіб захисту не в змозі гарантувати адекватну безпеку.

Надійний захист можливий лише за умови створення механізму комплексного забезпечення безпеки. Можна виділити три основні складові такого комплексу:

- нормативно-правову;
- технічну;
- організаційну.

Нормативно-правові засоби захисту визначаються законодавчими актами держави, які регламентують правила використання, обробки та передачі інформації обмеженого доступу та встановлюють ступінь відповідальності за порушення цих правил.

У ст. 34 Конституції України розглядається право громадян України на інформацію, забезпечення інформаційних процесів. Ця та

деякі інші статті Конституції мають стати основою розвитку інформаційного законодавства.

Невідповідність чинного законодавства України сучасним вимогам інформаційного розвитку є однією з основних проблем щодо захисту інформації, яка за наявності в державі потужного науково-технічного потенціалу може призвести до особливо тяжких наслідків.

При створенні правової бази системи безпеки інформації в Україні потрібно вирішити такі завдання:

1. Підготувати для правової системи забезпечення безпеки інформації базовий закон, який регламентує відносини та встановлює межі повноважень усіх учасників інформаційних відносин, а також визначає державні установи, що забезпечують інформаційну безпеку та засоби контролю з боку держави в разі розмежування доступу до інформації;

2. Розробити законодавчі акти та правові норми, що всебічно охоплюють всі проблеми захисту інформації в різних сферах діяльності держави та суспільства;

3. Регламентувати рівні безпеки інформації та адекватні до них методи і засоби захисту. Одним з найважливіших питань правового забезпечення системи безпеки інформації є стандартизація та сертифікація. На основі накопиченого досвіду розвинутих країн в Україні необхідно створити пакет основоположних стандартів організаційно-методичного та термінологічного забезпечення системи захисту інформації, а також стандартизувати вимоги щодо захисту інформації в засобах обчислюваної техніки, в автоматизованих системах, інформаційних мережах і засобах телекомунікації.

Технічні засоби розподіляються на електричні, механічні, електромеханічні та електронні пристрої. Вся сукупність технічних засобів поділяється на фізичні та апаратно-програмні.

Фізичні засоби реалізуються у вигляді автономних пристроїв та систем та виконують функцію загального захисту об'єктів, на яких обробляється інформація. До них відносять, наприклад, пристрої захисту території та будівель, замки на дверях, де розміщена апаратура, грати на вікнах, електронно-механічне обладнання охоронної сигналізації.

Апаратні технічні засоби розміщують безпосередньо в обчислювальній техніці, в телекомунікаційній апаратурі чи в пристроях, що зв'язані з подібною апаратурою за допомогою стандартного інтерфейсу. З багатьох відомих апаратних засобів можна виділити схеми контролю інформації за парністю, схеми захисту масивів пам'яті за ключем і т. ін.

Програмні засоби є програмним забезпеченням, що виконує функції захисту інформації.

Організаційні засоби захисту поділяються на організаційно-технічні та організаційно-правові, які використовуються в процесі створення та функціонування будь-якої структури.

Інакше кажучи, тільки на основі нормативно-правової бази та за наявності апаратно-програмних засобів можливе ефективне керування в умовах широкого впровадження нових технологій. Практика сьогодні свідчить про недооцінювання цих питань керівниками різних організацій.

ПРОЕКТ ТРУДОВОГО КОДЕКСУ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

Шоломій Д.І., студ. 2 курсу ЮФ
Науковий керівник: к.ю.н. Запара С.І.

Трудові відносини кожної держави є різноманітними та індивідуалізованими. Таке явище пояснюється потребами суспільного життя кожної країни і найголовніше власної побудови внутрішньо-економічних відносин. Україна, яка зі здобуттям незалежності поступово перейшла із адміністративно-командної до ринково-демократичної держави поставила за мету створення дієвого механізму регулювання відносин у всіх сферах суспільного життя.

Одним із пріоритетних напрямів розвитку нашої державності є етап реформування головних недоліків радянського законодавства і Кодекс законів про працю не є винятком. Подання на розгляд першого читання проекту трудового кодексу від 03.12.2007 передбачив основну мету даного законопроекту згідно з ч.1 ст.1 ТК метою є визначення основних засад реалізації передбачених Конституцією України трудових прав і гарантій працівників, створення належних умов праці, забезпечення захисту інтересів працівників і роботодавців. Упродовж наступних років вносилося ряд поправок до даного законопроекту для вдосконалення трудових відносин між суб'єктами.

До позитивних моментів майбутнього трудового кодексу можна віднести встановлення у загальній частині основоположних постулатів трудових правовідносин(ст.3,4,5 та ін.). Крім того достатньо розширена термінологічність окремих інститутів трудових відносин, надано поняття «робочий час», поняття «роботодавець та працівник», «компенсаційні та гарантійні виплати», «охорона праці» та інше,чого не має в чинному КЗпП. У проекті трудового кодексу можна помітити, як законодавець намагається компенсувати недоліки КЗпП запровадивши порівняно нові права працівника з поміж тих, які є в чинному законодавстві : право працівників-мігрантів на захист їхніх трудових прав, право працівників із сімейними обов'язками на захист від дискримінації та узгодження в міру можливості їхніх трудових обов'язків із сімейними, і на впроти основних обов'язків роботодавця:здійснення загальнообов'язкового державного соціального страхування працівників, забезпечення захисту та конфіденційності персональних даних працівника в порядку, встановленому законодавством, а також у будь-який час на вимогу працівника ознайомлення його з персональними даними, внесення змін до них у разі їх невідповідності фактичним обставинам і відповіднальності у разі порушення встановлених строків виплати заробітної плати, гарантійних та компенсаційних виплат, де роботодавець зобов'язаний додатково сплатити працівнику пеню у розмірі подвійної ставки Національного банку за кожний день затримки(ст.263 ТК) А також п.1-3 ч.1 ст.245 ТК : під час кожної виплати заробітної плати роботодавець повинен повідомити працівнику такі дані, що належать до періоду, за який здійснюється оплата праці:1) загальна сума нарахованої заробітної плати з розшифруванням за видами нарахувань; 2) розміри і підстави відрахувань із заробітної плати; 3) сума заробітної плати, що належить до виплати. Більше того надається компенсація за проїзд працівнику, який протягом робочого дня у зв'язку з виконанням трудових обов'язків користуються послугами міського транспорту (крім таксі). У разі розірвання трудового договору у зв'язку із скороченням роботодавець зобов'язаний виплатити вихідну допомогу працівнику, який має безперервний стаж роботи в даного роботодавця: 1) до п'яти років - у розмірі середньомісячної заробітної плати; 2) до десяти років - у розмірі двомісячної середньої заробітної плати; 3) більше десяти років - у розмірі тримісячної середньої заробітної плати. У проекті колективні трудові відносини відіграють важливу роль у стосунках між суб'єктами трудового права про, що свідчить визначення соціальний діалог – процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціальної та економічної політики, регулювання соціально-трудових відносин. Посилюється контроль з боку держави, а саме діє орган державного нагляду за дотриманням трудового законодавства – державна інспекція праці.Звичайно паралельно з позитивними нормами є і ті, які потрібно вдосконалити та змінити. До таких норм проекту трудового кодексу необхідно віднести : строки попередження про звільнення, критерії та межі аморального проступку та встановлення окремого інституту діяльності профспілок відповідно до ЗУ «Про професійні спілки,їх права та гарантії їх діяльності».

Отже на підставі вищезазначеного можна зробити висновок, реформування трудового законодавства на сьогоднішній час стане запорукою укріплення трудових правовідносин нашої державності та наблизить нашу країну до оптимальних тенденцій розвитку європейської правової держави. Прийняття трудового кодексу є вкрай необхідним для теперішнього життя кожного працюючого та інших, які намагаються реалізувати себе на ринку праці.

ВЕЛИКДЕНЬ

Кузьменко Н.М., ст. викладач

24 квітня християни відзначатимуть найбільше свято - Великдень. Цей день вважається днем Воскресіння Ісуса Христа і має ще одну назву - Пасха.

Святкувати Пасху в Україні почали наприкінці першого тисячоліття з приходом християнства. За біблійним сюжетом, Ісус Христос воскрес рано-вранці, і це Воскресіння супроводжувалось великим землетрусом: то ангел небесний відвалив камінь від дверей Гробу Господнього. На світанку жінки-мироносиці Марія Магдалина, Марія, мати Якова та Соломонія прийшли до гробу з ароматами, щоб обмастити тіло Ісуса, але побачили відвалений камінь і порожній гроб, і тоді схвильованим жінкам з'явився ангел і сповістив про Воскресіння Господнє.

Свято Великодня має язичеські корені і народилося набагато раніше за свято Пасхи, ще до зародження в Україні християнства. В давнину землероби вірили, що померлі родичі продовжують жити під землею і можуть впливати на її родючість.

До Великодня віруючі готуються сім тижнів Великого Посту - одного з найсуворіших постів - саме стільки провів в пустелі Ісус Христос до свого розп'яття. Вважається, що у ці дні душа віруючого повинна "прислуховуватися" до Страстей Господніх, останніх днів Ісуса Христа в людській подобі. Ці сім тижнів називаються седмицями. Останній тиждень перед Пасхою називається Страстна Седмиця.

Особливе значення має Страстний Четвер - день, коли Ісус разом зі своїми учнями на Таємній Вечері розділив святкову трапезу. Цей день ще називають Чистий Четвер, і всі православні по можливості намагаються причаститися. Ввечері в церкві читають 12 Євангелій, де розповідається історія Страстей Христових.

В Страстну П'ятницю з церкви виносять плащаницю - кусок тканини, в яку було загорнуто тіло Христа, де він зображений в гробу. В цей скорботний день приписується нічого не їсти.

В давніші часи християни після суботньої літургії не йшли з церкви, а залишались там до ночі, харчуючись хлібом і вином. В пам'ять про це в Страстну Суботу святять їжу. Під час служби священними міняють буденний одяг на святковий.

В ніч Воскресіння Христа, проводиться святкове богослужіння (великодня Служба Божа), святяться паски і яйця. Таким чином церква благословляє віруючих після тривалого посту знову вживати "скороме", тобто їсти непісні страви. Багатий пасхальний стіл є символом небесної радості і символом вечері Господньої.

Розговляються насамперед свяченим яйцем. Окрім паски та яєць (крашанок та писанок), серед свяченого має бути смаженина, часник, полин, хрін і соль. В давніші часи, перед тим, як з'їсти свячене самому, господар йшов зі свяченим насамперед поміж худобу, христосувався з нею, сповіщав "Христос Воскрес!", а хтось із присутніх відповідав за худобу: "Воістину Воскрес!". Тоді господар торкався тричі свяченим кожної худобини і вимовляв: "Аби ся так не брало вівці (чи корови, чи чого), як ніщо не візьметься свяченої паски". В іншій околиці Галичини було записано іншу формулу: "Який дар красний, так і аби Бог дав телиці (ягниці, чи що) красні". Потім обходив із свяченим сад, пасіку, город, відповідно примовляючи, і, нарешті всі входили до хати, де господар благословляв дітей що ставали перед ним навколішки: "Аби вам розум так скоро розв'язувався, як ці бесаги (торба) скоро розв'язуються". У кого була дівчина на видданні, клали їй паску на голову: "Аби-сь у людей була така велична, як ця паска пшенична!" Малу дитину клали в спорожнену від свяченого торбу: "Аби-сь так скоро росло, як паска скоро росте". Після розговін молодь ішла звичайно під церкву, де розпочиналися великодні ігри - Веснянки, чи Гаївки в супроводі відповідних пісень. У житті молоді великодні забави були початком Вулиці, що розпочиналася великоднім тижнем і тривала аж до осені.

На Великдень всі мають веселитися, бо хто буде сумувати в цей день, сумуватиме і весь рік. Якщо хтось помирає на Великдень, то вважається, що його щаслива душа піде просто до неба, бо того дня "небо оговорено". Після розговін починали дзвонити на дзвіниці, - а хто перший задзвонив, той найперший обробить жнива і буде в нього найкраще збіжжя. Дзвонили в дзвони ввесь день, а потім ще й другого та третього дня.

Великодній понеділок зветься Обливаним. За традицією хлопці обливають дівчат водою. Ті ж можуть віддячити їм тим самим у вівторок.

Серед інших великодніх звичаїв відомо ще один, який полягає в розкладанні вогнищ на всю Великодню ніч навкруги церкви. Вважається, що цим вогнем очищується повітря і звільняється земля від усяких нечистот на добрий урожай. Цей вогонь вважається святим і мусить сам погаснути.

Великодні свята закінчуються поминанням мертвих - молитвою і тризною «на горбках».

Великдень - це найголовніше свято християн, свято звільнення з неволі темряви і перемоги життя над смертю. На вірі у святе Воскресіння і вічне життя основана християнська релігія, що поширилася на всіх континентах Землі. Розуміння значення і символіки цього свята дасть змогу глибше осягнути набутки української і загальносвітової культури.

ПОЛИТИКО – ПРАВОВЫЕ ИДЕИ Т.ДЖЕФФЕРСОНА

Шагивалиев Р., Ярова Ю., студ. 4 курса АФ
Научный руководитель: к.и.н., доцент Павлик В.А.

Томас Джефферсон (1743-1826), автор знаменитого исторического документа той эпохи «Декларации независимости США». С позиции теории общественного договора и естественных прав человека Т. Джефферсон подверг критике монархическую форму государства и обосновал идею народного суверенитета, что впоследствии было обозначено как «первая Декларация прав человека». В Декларации равенство, свобода, право на восстание признаются неотчуждаемыми естественными правами, которые не могут быть отобраны у народа. Т. Джефферсон считал, что естественные права выше законов, издаваемых государственной властью. Противоречия между ними всегда разрешаются в пользу естественных прав. Характеризуя соотношения естественных и положительных законов, Джефферсон отмечал, что народ, обладающий естественным правом на революцию, не смог бы ее совершить, если бы был связан положительными законами в любой период революционной борьбы. В «Декларации независимости США» отсутствует упоминание собственности среди естественных прав (жизнь, свобода, и стремление к счастью) поскольку автор относил право частной собственности к числу гражданских прав, установленных законами данного государства, считал его приходящим институтом. Поэтому формула Джефферсона «стремление к счастью», вместо «собственность», свидетельствует об известном разрыве с локковской концепцией собственности. Историческое значение «Декларация независимости США» и в том, что это первый в истории государственный акт провозгласивший идею народного суверенитета основой государственной жизни. Т.Джефферсон, отражая интересы большинства, создает политический идеал в виде демократической республики, в которой народ будет участвовать через своих представителей в управлении государством. Все должностные лица должны были избираться на ограниченный срок и подвергаться народному контролю. С этих позиций Джефферсон критикует взгляды Ш.Монтескье о превосходстве монархической формы государства, использованной Гамильтоном. Т.Джефферсон критикует утверждение Монтескье, что природа республики требует маленькой территории. Опираясь на опыт существования республики в США и во Франции, он доказал, что наличие большой территории благоприятствует развитию республики. Одновременно он выступает против чрезмерной концентрации власти в руках федерального правительства и ограничения суверенитета штатов.

Т. Джефферсон вел борьбу с идеологами крупной буржуазии, которые утверждали, что люди делятся на «высших и низших» и отрицавших равенство прав людей по природе. Он выступал против крайностей политической и экономической роли крупной частной собственности, предлагал укреплять фермерские хозяйства и защищать мелких производителей от крупного капитала. Джефферсон в период своего президентства провёл значительное сокращение численности армии, а также распустил большую часть флота, построенного при администрации Адамса, поскольку, по его мнению, большие вооружённые силы истощали ресурсы и финансы государства. Он считал, что в случае войны достаточная численность армии будет достигнута за счёт добровольцев из гражданского населения, как это произошло во время Войны за независимость.

Вступление на президентский пост Джефферсона было первым примером передачи власти от одной партии к другой в истории США. Хотя Джефферсон имел право заменить большинство правительственных чиновников на сторонников своей партии, он осудил предложения своих однопартийцев о полном увольнении всех чиновников прежней администрации. Джефферсон посчитал необходимым заменить только кабинет и судей, чьё назначение было политически ангажированным, поскольку находил возможным переход умеренных федералистов в свою партию. В дальнейшем примеру Джефферсона следовали и другие президенты США. Джефферсон предъявлял к судьям гораздо более высокие требования, чем его предшественники. В США была проведена судебная реформа, что способствовало дальнейшему разграничению полномочий трех ветвей власти. Он считал, что судьи служат важным элементом обеспечения конституционности и прав. В 1801 был отменён Юридический акт, создававший районные суды, апелляционной инстанцией для которых были окружные, и сокращавший число членов Верховного суда с шести до пяти. С отменой акта районные суды были упразднены, а их функции переданы окружным судам. Все вопросы, не связанные с Конституцией и федеральными законами, передавались из ведения Верховного суда в ведение окружных судов. Таким образом, уменьшались полномочия Верховного суда, настроенного федералистски и увольнялись так называемые «полночные судьи», назначенные во множестве в районные суды предыдущей администрацией и служившие проводником и оплотом политики федералистов. Политические взгляды Т.Джефферсона были передовыми, развивали демократические традиции в политических учениях мыслителей США. Прогрессивным является его борьба в защиту демократических прав и свобод, утверждения о том, что цель государственной власти, ровно как в науке и образовании – это свобода и благо народа.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ЛЕКЦІЇ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Харченко І.І., к.філол.н., доцент

Підготовлений текст лекції є лише матеріалом до неї Якщо викладач читає текст у кімнаті без слухачів, то й це ще не лекція Лекцією є академічне дійство, в якому беруть участь педагог і студенти.

Методика І техніка проведення лекції потребують вирішення багатьох різноманітних питань Професор А М Алексюк виокремлює такі моменти структура лекції, лектор як викладач, лектор як вихователь, лектор як учений-дослідник, уміння лектора науково й водночас у доступній формі викласти зміст лекції, уміння лектора, використовуючи наочність, забезпечити міцні знання студентів, викликати в них Інтерес до науки, активізувати їхню пізнавальну діяльність, уміння встановлювати контакт з аудиторією, стилістика мовлення, манера поведінки, організація студентів, стиль спілкування та Ін

Зупинимося на психолого-педагопчних аспектах, які мають зумовлювати методику І техніку оптимальності лекційного дійства

Викладач має володіти технікою організації студентів на оптимальну діяльність на лекції Варто виявляти своєрідний педагогічний педантизм починати лекцію через одну хвилину після дзвінка, забороняти студентам (та й будь-кому Іншому) заходити до аудиторії після початку лекції Перед входом до аудиторії треба зупинитися на кілька секунд перед дверима, надати своїй постаті й виразу обличчя впевненості, діловитості (ви йдете для виконання важливої роботи, в успіху якої повністю впевнені) Портфель, папку, книги треба тримати у правій руці, двері відкривати лівою рукою, щоб з'явитися в аудиторії обличчям до студентів, а лівою рукою слід прикрити за собою двері І впевненою ходою пройти до свого робочого місця Треба зупинитися, уважно, з виразом приємності на обличчі (я радий зустрічі з вами), подивитися на студентську аудиторію, охопивши поглядом усіх присутніх Студенти мають вітати викладача стоячи Викладач вітається, запрошує сісти

Неабияке значення має зовнішність викладача одяг, взуття, зачіска, біжутерія та Ін Педагог приходить в аудиторію для виконання важливої функції Тому одяг має бути функціонально доцільним не повинен заважати діям (писати на дошці, працювати з обладнанням, ходити по аудитори), відволікати студентів від змісту лекції Особлива вишуканість одягу, взуття, химерність зачіски, надмірний макіяж, нагромадженість біжутерії мимоволі будуть відволікати слухачів від зосередженості над дидактичним матеріалом Неохайна зовнішність викладача також справляє негативне враження, формує у студентів почуття негативізму, навіть відрази як до його зовнішності, так І діяльності Викладач постійно має тримати себе на рівні належної культури в одязі, зовнішності, використанні додаткових атрибутів, бути взірцем для студентів

Перед початком лекції важливо сконцентрувати увагу студентів на сприйнятті навчального матеріалу Доцільно вдаватися до актуалізації опорних знань, які є передумовою розуміння нового навчального матеріалу лекції Необхідно чітко сформулювати тему лекції, визначити мету, вказати (якщо це можливо) професійну спрямованість навчального матеріалу, ознайомити з вузловими питаннями, які будуть розглянуті, повідомити студентам список наукової літератури з коментарями про методику використання тих чи тих джерел

Важливим чинником, який впливає на ефективність лекції, є мовна культура педагога У цьому плані необхідно виділити кілька аспектів стилістичні особливості мовлення, правильність, багатство, лаконічність мови, точність, виразність, емоційність мовлення

Важливою передумовою формування мовленнєвої культури викладача є володіння технікою мовлення Сила І тональність голосу залежать від кількості студентів в аудиторії Викладач має перебувати перед студентами у так званому колі уваги (кафедра, дошка) Читаючи лекцію, викладач повинен охоплювати поглядом усю аудиторію, психологічно тримати й в стані розумової праці, час від часу концентруючи увагу на окремих слухачах

У практиці лекційної роботи Іноді виникає запитання "Чи треба конспектувати зміст лекції?" Викладачі та студенти по-різному ставляться до цього Дослідження показали, що переважна більшість студентів (до 80 %) схильна вести систематичні записи лекцій Лише менше 10 % уважно слухають лекцію, не роблячи ніяких записів Приблизно ще 10 % студентів формально присутні на лекціях, але, по суті, не працюють

Чи має викладач розкривати у змісті лекції усі питання теми повністю? Не обов'язково Опрацьовуючи зміст теми, варто розкрити сутність вузлових питань, особливо тих, які є складними для самостійного розуміння І зміст яких недостатньо розкритий у навчальних посібниках, а Інші — пропонувати для самостійного вивчення

Таким чином, лекція у вищій школі — це відповідальне багатоаспектне педагогічне дійство Воно є вершиною педагогічної майстерності педагога-науковця Можливо, доцільніше б просто роздати текст лекції студентам І вони самостійно його опрацювали? НІ, тому що текст — це лише лібрето Автор написав оперу Ми прочитали лібрето, ознайомилися Із сюжетом, персонажами Але йдемо в театр слухати оперу У виконанні талановитих акторів вона захоплює, зворушує глядачів

Академічна лекція має нести в собі не лише Інформаційний, змістовий потенціал, а й соціально-педагогічний Останнє вимагає від викладача високої педагогічної культури І професійної майстерності

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ПРЕС-РЕЛІЗУ

Жмака І.М., студ.4 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: доцент Шестакова С.О.

Прес-реліз - це стисле повідомлення для преси про якусь важливу подію (прес-конференцію, презентацію, акцію тощо). Його можна використовувати під час розроблення та реалізації проекту для безперервного інформування як громадськості, так і засобів масової інформації. Написання цього документа не вимагає великих витрат часу, проте грамотно складений прес-реліз надзвичайно ефективний, коли треба представити інформацію, яка потребує миттєвого висвітлення у ЗМІ (наприклад, дата і місце проведення громадських слухань).

Прес-реліз - інформативний документ, що повідомляє яку-небудь новину. Особливості прес-релізу: він повинен бути лаконічним та логічним. Своєрідність прес-релізу на відміну від прямої реклами і тематичної статті полягає в тому, що це коротке повідомлення, яке містить у собі ту або іншу новину.

Умовно прес-релізи можна переділити на два види: стандартний і спеціальний.

Стандартний прес-реліз призначений для інформування про події, що заплановані в діяльності установ, організацій, підприємств.

Спеціальний прес-реліз складають, коли виникає потреба поінформувати про незаплановані події.

Факти, описані в прес-релізі, повинні сприйматися як сенсація або, принаймні, бути цікавими для ЗМІ чи потенційних адресатів. Потрібно чітко уявляти, про що буде за прес-реліз, яка інформація становитиме його основу: новина повинна бути не лише актуальною, а й вагомою, аби можна було її запропонувати багатьом виданням. Щоб привернути увагу, звістка має відповідати хоча б одному із завдань засобів масової інформації: інформувати, навчати, розважати.

Найпоширенішими інформаційними підставами для складання прес-релізу є:

- підсумовування результатів діяльності установи за певний проміжок часу;
- виготовлення нової продукції, надання нових послуг населенню;
- зміна у системі роботи, впровадження нових технологій;
- заяви, виступи керівників підприємства чи інтерв'ю з ними;
- участь у спеціальних бізнес-заходах (презентаціях, маркетингових акціях, тендерах, аукціонах) та доброчинних акціях;
- знакові події в житті установи чи її працівників.

Головна новина прес-релізу має міститися у першому абзаці. Чотири перших рядки - це візитна картка прес-релізу. Тому текст недоречно починати з цитати або другорядної інформації. Добре сприймається фраза з 12 слів. Трьох-чотирьох таких фраз буде цілком достатньо, щоб у легкій ненав'язливій формі передати зміст повідомлення.

Вимоги до оформлення прес-релізу

Використовуйте білий папір високої якості формату А4 чи фірмовий бланк зі стандартними атрибутами (логотипом, назвою, адресою, телефонами), можна також розробити спеціальний бланк для прес-релізів.

Заголовок прес-релізу оформлюють жирним шрифтом, великими літерами (кегль - 14), а через подвійний інтервал - текст (кегль - 12) - з інтервалом 1,5.

Документ друкують, дотримуючись берегів: лівий - 30 мм, правий - 15 мм, верхній - 15 мм, нижній - 30 мм, лише з одного боку аркуша. Якщо текст не вміщується на одній сторінці, внизу зазначають *продовження далі.*

Прес-реліз подають у ЗМІ та інформаційні агентства декількома способами: поштою, факсом, електронною поштою, приносять особисто. Обов'язково телефонують до редакції, аби пересвідчитися в тому, що ваш матеріал надійшов.

Переймаючись долею прес-релізу, не будьте надто настирливими, відчувайте міру. Якщо ж ваша інформація з'явилася у пресі, обов'язково зателефонуйте в редакцію і чемно подякуйте: дружні відносини з журналістами - основа тісної співпраці та гарантія появи в ЗМІ інформації про вашу організацію.

ТРУДНОЩІ ВЖИВАННЯ ПАРОНІМІВ

Клунко В., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: доцент Шестакова С.О.

Змістова точність тексту — одна з головних умов, яка забезпечує правову та практичну цінність документа. Неправильно підібране слово може перекрутити фразу й зміст висловлювання, породжує двозначність, тому що ці слова відрізняються значеннями, а також може надати тексту небажаного відтінку

Основну групу паронімів становлять слова, що семантично поєднані між собою, частково збігаються морфемним складом, близькі за походженням: *важкий - тяжкий, повінь-повідь, прилазити - пролазити* тощо. Незначна різниця у вимові паронімів спричиняє труднощі при їх засвоєнні, призводить до помилок, зокрема, до неправильної заміни одного слова іншим. Паронімічні відношення поєднують пари слів. Явище паронімії вимагає точного знання значень і адекватного їх вживання.

Використання паронімів відповідно до їх значення важливо для юристів, тому що до їх мовлення висувається вимога граничної точності.

Проте часто пароніми не розрізняються. Наприклад, змішуються пароніми *обумовлювати — зумовлювати* в таких реченнях: *Зумовлені в договорах строки не було порушено; Охолодження організму обумовлює захворювання.* Паронім *обумовлювати* має значення «встановлювати певні умови, строки, показники в договорах, угодах і т. д.», а паронім *зумовлювати* — «спричиняти, викликати що-небудь». Таким чином, слід писати: *Обумовлені в договорах строки не були порушені; Охолодження організму зумовлює захворювання.*

Часто змішуються пароніми *завдання — задача,* хоча вони розрізняються за значенням. Паронім *завдання* має значення «те, що визначено або заплановано для виконання», а *задача* — «питання, переважно математичного характеру, яке розв'язується за допомогою обчислень за визначеною умовою». Правильно буде «*Його перше бойове завдання*», а не «*Його перша бойова задача».*

Помилковими є конструкції типу: *Злочинці* **загрожували** *розстріляти заручників; Позивач прохає* **оплатити** *йому 5 тисяч гривень;* **Воєнні** *маневри;* **Військова** *загроза;* **Дискваліфікація** *лікаря; Підсудний не виправдав* **довіреності** *свого батька; Він пояснив, що вчинив злочин через неправильне* **поняття** *закону; Ослаблення міжнародного* **напруження.** Необхідно: *Злочинці* **погрожували** *розстріляти заручників* (слово *загрожувати* має значення «становити небезпеку, створювати небезпеку», а слово *погрожувати* — «*залякувати чим-небудь, нахвалятися, грозити покаранням);* Позивач прохає заплатити йому 5 тисяч гривень (оплатити *має значення «платити, вносити плату за що-небудь; платити кому-небудь за роботу, послуги, вносити певну суму грошей, погашаючи борг, позику тощо»);* Воєнна загроза *і* Військові маневри *(слово* воєнний *має значення «той, що стосується війни», а* військовий *— «який стосується, встановлений у війську»);* Підсудний не виправдав довіри свого батька *(слово* довіра *має значення «ставлення до кого-небудь, що виникає на основі віри в чиюсь правоту, чесність, щирість»;* довіреність *— «письмове повноваження, що видається установою, окремою особою іншій при вчиненні будь-яких юридичних дій, отриманні певних грошових сум, матеріальних цінностей»);* Він пояснив, що вчинив злочин через неправильне розуміння закону (поняття *має значення «одна із форм мислення», «сукупність поглядів на що- небудь»;* розуміння*— «знання, досвід у чому-небудь», «зміст, значення чого-небудь»);* Ослаблення міжнародної напруженості *(слово* напруженість *має значення «властивість, стан чого-небудь стосовно значення прикметника* напружений»; напруження *— «вищий ступінь вияву, дії чого-небудь»);* Декваліфікація лікаря *(слово* декваліфікація *означає «втрату професійних знань, навичок», а слово* «дискваліфікація» *— «позбавлення спортсмена або команди права брати участь у змаганнях»).*

Як бачимо, змішування паронімів у юридичних документах призводить до перекручення інформації, до мовленнєвих помилок. Нерозрізнення слів-паронімів є одним із найбільш грубих порушень норм літературної мови. Якщо є сумніви у вживанні слів, краще уточнити їх значення за такими словниками: «Словник труднощів української мови» (1986, 1996), «Новий тлумачний словник української мови» у 4 томах(1999, 2001).

ВЖИВАННЯ СУРЖИКУ В УСНОМУ Й ПИСЕМНОМУ МОВЛЕННІ

Шестакова С.О., доцент

Українська мова тісно контактувала з російською не одне століття. Унаслідок цього до української мови потрапило багато російських слів: *завод, чиновник, начальник, указ, законопроект* і багато інших. Проте з іншого боку російська мова негативно вплинула на українську. Унаслідок русифікації в українському мовленні змішуються дві мови — українська й російська, вживаються росіязнізми замість українських слів. Така мішана мова й здобула назву «суржик».

Слово «суржик» здавна відоме в Україні. Суржиком називали мішанину зерна — жита, пшениці, вівса, ячменю, а також борошно з такого зерна; це були зерно та борошно низького сорту. Сьогодні це слово вживається в широкому значенні як назва здеградованого убогого духовного світу людини, її відірваності від рідного, та у вузькому — на означення своєрідного різновиду мови, так званого українсько-російського просторіччя, у якому переважають українські або російські вкраплення. Проте відомо, що користуватися сумішшю з двох мов — це одне з найтривожніших явищ, оскільки суржик, на відміну від літературної мови, не становить стабільної системи. Навіть найменш підвладний змінам граматичний кістяк мови в суржику розхитаний і плинний. А вже фонетичні варіанти слів настільки різняться в індивідуальних проявах, що лишається проблематичною сама можливість встановлення чітких фонетичних характеристик цієї субмови.

У цілому говорити про певні регулярні явища стосовно суржику не доводиться, оскільки плинність належить до головних його типологічних рис. Це перехідний різновид мовлення, в якому руйнується система первинної, вже засвоєної мови, а місце порожніх ланок заповнюють елементи новозасвоюваної мови.

Занадто часто можна почути або прочитати такі слова й словосполучення: *слідуюче питання* (слід наступне, таке питання), *жилий масив* (слід житловий масив), *готовте білети для контроля* (слід приготуйте квитки для контролю), *участковий міліціонер* (слід дільничний міліціонер), *індивідуальним замовленням* (слід на індивідуальне замовлення), *заказний лист* (слід рекомендований лист), *прожиточний мінімум* (слід прожитковий мінімум), *добавити зарплату* (слід збільшити зарплату), *податок з добавленої вартості* (слід податок з додаткової вартості), *список працюючих* (слід список працівників), *списки направити в місцеві органи* (слід списки подати до місцевих органів (у місцеві органи), *повістка дня слідуюча* (слід порядок денний такий), *збори відбудуться в три години* (слід збори розпочнуться о третій годині), *першим ділом треба вирішити це питання* (слід насамперед (передусім) треба вирішити це питання), *наша задача полягає в тому, щоб...* (слід наше завдання в тому, що...), *на протязі року була велика нагрузка* (слід протягом (упродовж) року було велике навантаження), *виписка з протоколу* (слід витяг з протоколу), *запросити від заявителя* (слід зажадати від заявника), *у звіті зустрічаються прорахунки* (слід у звіті трапляються прорахунки), *дисертант по цій темі має декілька статей* (слід дисертант на цю тему має декілька статей), *із- за хвороби* (слід через хворобу), *заходи по забезпеченню* (слід заходи щодо забезпечення), *мешкати по вулиці* (слід мешкати на вулиці), *довожу до вашого відому* (слід доводжу до вашого відома), *приймати участь* (слід брати участь), *слідуючі мироприємства* (слід такі заходи), *являється* (слід є).

Не завжди легко і просто знайти український відповідник до російського багатозначного слова чи перекласти російські словосполучення. І тому, якщо при цьому не вистачає власного словникового запасу, необхідно звертатися до словників.

Дослідження суржику дасть можливість розкрити на конкретному матеріалі сам механізм згубного впливу мовної асиміляції на інтелектуальний і моральний стан суспільства, який у загальних рисах охарактеризував ще в 1896р. великий український мовознавець Олександр Потебня: "Взагалі денаціоналізація сходить на погане виховання, на моральну хворобу: на неповне користування наявними засобами сприйняття, засвоєння, впливу, на ослаблення енергії думки; на мерзоту запустіння на місці витіснених, але нічим не заступлених форм свідомості; на ослаблення зв'язку підростаючих поколінь з дорослими, який заміняє лише слабкий зв'язок з чужими; на дезорганізацію суспільства, аморальність, спідлення. Навіть коли ті, хто пригнічує, досить близькі до пригнічуваних, а останні не позбавляються насильством майна і не обертаються у рабство гірших форм, денаціоналізація все ж таки призводить до економічної і розумової залежності і стає джерелом страждань".

УКРАЇНСЬКИЙ НАРОДНИЙ КАЛЕНДАР. ЛІТОЧИСЛЕННЯ

Циганок М.Г., ст. викладач

Історія не зберегла нам докладних відомостей про найперший календар людства. Одним із перших календарів, відомості про який дійшли до наших днів, був єгипетський календар. За III тисячоліття до Різдва Христова тут був створений сонячний календар. Жителям Стародавнього Єгипту необхідно було знати заздалегідь про початок розлиття Нілу, щоб до цього дня очистити канали, відремонтувати греблі. Єгипетські жерці підмітили, що під час літнього сонцестояння, після самої короткої ночі, вереД світанком, з'являється на небі яскрава зірка Сотіус (Сіріус). Того дня починалось розлиття Нілу. Єгиптяни підрахували, що від появи Сіріуса до його другої появи проходить 365 днів. Вони розділили їх на 12 частин, по 30 днів у кожній, а залишок 5 днів помістила в кінці року.

З історичних джерел про Древній Рим довідуємось, що в часи легендарного засновника Риму Ромула (VIII ст. до Різдва Христова) існував календар, який складався з 10 місяців, що налічував 304 дні. Місяці не мали своїх назв і зазначились під номерами від одного до десяти. Такі назви місяців залишились у багатьох мовах і зараз, хоч вони не відповідають тепер їх порядковому числу. За Ромула всі десять місяців мали по 30 і 31 дню. Наступник Ромула Помлілій, щоб урівняти календарний рік із місячним, додав ще два місяці на початку і в кінці року. З тих часів наш календар став із "плутаниною". Отже, з VII століття до Різдва Христова римляни користувалися місячно-сонячним календарем, за яким рік складався з 12 місяців із непарною кількістю днів у кожному (римляни боялися парних чисел) і становив 355 днів: мартіус (31 день) (названий на честь бога війни Марса); апріліус (29) (сонячний, розкриття бруньки); маюс (31) (на честь богині Майї, матері бога Меркурія); юніус (29) (на честь богині Юнони, дружини Юпітера); квінтіліс (31) (п'ятий); секстиліс (29) (шостий); септембер (29) (сьомий); октобер (31) (восьмий); новембер (29) (дев'ятий); децембер (29) (десятий); януаріус (29); фебруаріус (23+5).

Рік починався 1 березня. За рішенням верховного жерця після 23 лютого епізодично встановлювався додатковий місяць - мерцедоній (23 дні.). Римський календар не знав порядкової лічби днів у місяці. Відлік вівся за кількістю днів до трьох певних моментів всередині кожного місяці: календи - 1-е число місяця, що збігається з появою молодика: нони - 5 або 7 число, день першої чверті місяця: іди - 13-е або 15-е число - повний місяць.

45 року до Різдва Христова на честь видатних військових заслуг Юлія Цезаря сенат перейменував п'ятий місяць (квінтіліс) на "іюль". А 46 року до Різдва Христова Гай Юлій Цезар зробив докорінну реформу календаря. За порадою єгипетського астронома Созігена запроваджувалось сонячне літочислення, за яким три роки вважалися по 365 днів, четвертий -360. У новому календарі (нащадки назвали його Юліанським) зберігся лише один додатковий день, що містився після 23 лютого. Початок року переносився на 1 січня. Поступово юліанський календар був прийнятий в усіх країнах, де панувала християнська релігія.

У 8 році до Різдва Христова на честь римського імператора Августа шостий місяць (секстиліус) було перейменовано на "август". Кількість днів у місяцях стала майже такою, як нині. Але й юліанський календар виявився неточним. Помилку помітили аж у XVI ст. (до 1582 року різниця з сонячним календарем становила 10 діб). Тому Римський Папа Григорій XIII видав декрет, за яким лік днів було пересунуто на 10 діб наперед, і день після четверга 4 жовтня 1582 року став п'ятницею 15 жовтня 1582 року. Юліанським календарем користувались у Європі більше 1600 років.

Григоріанський календар одразу ж був прийнятий католицькими країнами. Православна ж церква його не прийняла, протестуючи таким чином проти католицизму. Новий стиль в Україні був заведений Центральною Радою 1 березня 1918 року для цивільного вжитку (різниця між старим і новим стилем становила 13 днів), і таким чином після 1 березня 1918 року настало 14. А в православних церквах літочислення і нині ведеться за старим стилем, тобто відставання йде на 13 діб.

Петро I, який був прихильником багатьох нововведень, прийняв указ про святкування Нового року з 1 січня 1700 року. Він же ввів із цього часу нове літочислення (7208 рік від «створення світу» став 1700 р. Від «народження Христа»).

Різниця між григоріанським та юліанським календарями зростає: для 17 ст. – 10 днів, для 18 ст. – 11 днів, для 19 ст. – 12 днів, для 20 – 21 ст. – 13 днів, у 22 ст. становитиме14 днів.

Сучасні природничі науки літочисленням називають систему рахунку тривалих проміжків часу (або Календар). Свою назву він одержав від латинського слова «календе» (calendae), яким у Древньому Римі позначали перший день кожного місяця року.

Основою любого календаря є тривалі проміжки часу, що визначаються за періодичним явищем природи - зміною фаз Місяця, зміною сезонів року. Календарі, що засновані на зміні фаз Місяця називаються місячними, а ті, що засновані на зміні сезонів року сонячними, а на обох цих явищах - місячно-сонячними.

КОНСТИТУЦІЙНА РЕФОРМА І ЗМІНИ В ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Рожкова Л.І., доцент

Конституція України, незважаючи на свій молодий вік - прийнята у 1996 р., вже встигла зазнати змін. Зокрема, Закон України «Про внесення змін до Конституції України» від 8 грудня 2004 р. (реєстраційний номер - 2222), ухвалений в умовах гострого політичного протистояння, започаткував конституційну реформу, а саме – перетворення України з президентсько – парламентської на парламентсько – президентську республіку. Конституційна реформа призвела до суттєвих змін у політичній системі держави. По – перше, відбулася децентралізація влади, створена система противаг. По – друге, підвищилася роль парламенту за рахунок зменшення президентських повноважень. По – третє, політичні партії набули нових важливих функцій – формування уряду за результатами виборів та певний контроль за його діяльністю. Це, своєю чергою, сприяло розвиткові як усієї партійної системи України, так і окремих політичних партій, а також підвищувало рівень їхньої відповідальності перед виборцями. Таким чином, конституційна реформа 2004 р. створила модель політичної системи, поширену в ряді країн – членів Європейського союзу.

Однак, українські політики в силу суб'єктивних причин (невміння досягти компромісу, персональні амбіції, відверта ворожнеча) не змогли використати переваги цієї владної моделі. Як наслідок, у 2005 – 2009 рр. панував хаос у відносинах між гілками влади, що позначилось на зниженні ефективності управління країною. Виникли підстави піддати критиці конституційну реформу 2004 р. і порушити питання про повернення до Конституції 1996 р.. Ця ініціатива була реалізована новою владною командою Президента України В.Януковича. Політичним аргументом на користь конституційної реформи була заявлена необхідність надання Президенту додаткових повноважень для проведення реформ.

30 вересня 2010 р. Конституційний суд України ухвалив рішення про визнання неконституційним Закону №2222, яким 2004 р. вносили зміни до Конституції. Таким чином, Конституція 1996 р. знову набрала чинності, що означає повернення до президентської республіки. Як відомо, Конституція 1996 р. створює умови для значної концентрації влади в руках президента, домінування цього інституту над рештою державних структур. Майже одночасно з рішенням Конституційного суду Верховна Рада ухвалила закон про Кабінет Міністрів, що значно посилив повноваження Президента. Це стосується призначення та звільнення керівників силових структур – генерального прокурора, голови Служби безпеки України. Крім того, уряд позбувся повноважень при призначенні голів державних адміністрацій: віднині Президент призначає їх одноосібно. Таким чином, новий закон про Кабінет міністрів суттєво звузив повноваження парламенту, що дало підстави представникам опозиції заявити про «завершення демонтажу української демократії».

Скасування Конституційної реформи 2004 р. змінило роль політичних партій – вони втратили вплив на формування уряду та контроль за його діяльністю. Чи дотримуватиметься чинний президент партійного принципу формування виконавчої гілки влади на підставі результатів виборі, сприяючи, таким чином, підтриманню принципу політичної відповідальності партій перед суспільством, - гарантії дати ніхто не може. На черзі виборча система. Заява В.Януковича про те, що «як мінімум треба повертатися до змішаної системи або, можливо, повністю до мажоритарної», означає істотне обмеження ще однієї важливої функції політичних партій – їхньої участі у виборах. Відновлення, частково або повністю, мажоритарної системи на парламентських виборах – ще одна спроба зруйнувати решткі демократичних елементів в українській політичній системі і відродити партію влади, яка, фактично непідзвітна суспільству.

Нарешті, скасування політичної реформи 2004 р. і відновлення дії Конституції 1996 р. істотно обмежили можливості опозиційних сил, особливо в парламенті. Як відомо, опозиція в будь – якій демократичній країні – не менш важлива частина політичної системи, ніж власне влада. Від того, наскільки реально опозиційні сили можуть виконувати свої функції (формування альтернатив владним рішенням, контроль виконавчої влади, критика державної політики), від того, на скільки влада дозволяє це робити, - багато в чому залежить розвиток держави. Проте, оскільки в Конституції 1996 р. поняття «опозиція» не зафіксоване, то опозиції ніби немає. Відтак, знизилися можливості парламентського опозиційного контролю, опозиційні політики позбавлені можливості очолити парламентські комітети, контролювати діяльність силових структур. Провладна парламентська більшість в багатьох випадках ігнорувала думки опозиціонерів при ухваленні бюджету, закону про місцеві вибори, Податкового кодексу. Отже, влада, всупереч заявам своїх спікерів, не зацікавлена в альтернативах.

Рішення Конституційного суду від 1 жовтня 2010 р. дають підстави для прогнозів відносно шляхів розвитку політичної системи України. Чи зможе владна команда на чолі з Президентом ефективно скористатися суттєво збільшеними повноваженнями для проведення реформ, чи не призведе конституційна реформа до авторитаризму або диктатури – залежить як від влади, так і від громадянського суспільства.

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО КРАСНОМОВСТВА ВИКЛАДАЧІВ В СУЧАСНІЙ ПЕДАГОГІЧНІЙ НАУЦІ

Калюжна С.В., асистент

Педагогічна наука в нашій країні вступає нині в якісно новий етап свого існування. Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті точно визначила стратегію та пріоритети політики держави, зокрема її спрямованість на розвиток педагогічної і психологічної наук. Процес приєднання України до Болонського процесу зумовлює потребу в реформуванні національно освітньої галузі. Нинішня вища освіта України має певні досягнення на шляху перебудови. Однак існує чимало нерозв'язаних проблем, які лишаються актуальними для педагогічної громадськості. Однією з них є виховання висококваліфікованого спеціаліста, майстра педагогічної справи.

Педагогічна майстерність, за визначенням доктора філосовських наук, професора, І.А.Зязюна, – це комплекс властивостей особистості, який забезпечує самоорганізацію професійної діяльності високого рівня на рефлексивній основі.

Загальна практика оволодіння професійною риторичною майстерністю поступово стає у всьому світі невід'ємним елементом підготовки спеціалістів практично будь – якого виробничого профілю.

Вагомий внесок у розвиток риторичної школи зробив Феофан Прокопович – видатний український оратор, професор Києво-Могилянської академії, автор робіт "Риторика" та ін. Він вважав, що риторика – це мистецтво красномовства, вона позбавлена свого специфічного предмета та охоплює всі предмети, які цікавлять людину. Ф. Прокопович дав безліч цінних практичних порад щодо організації тексту, використання книжних та усних джерел, докладно змалював техніку промови, а також звернув увагу на засоби збудження емоцій аудиторії. Подав зразки написання історичних творів, судових і дорадчих промов, листів різних за своїм призначенням.

Справжній переворот у розвитку усної словесності зробив М. Ломоносов – вчений-енциклопедист, поет, теоретик красномовства, основи якого викладено в працях „Короткий посібник з красномовства" та ін. Система практичних рекомендацій М. Ломоносова свідчить про те, що без спеціальної фахової підготовки неможливо оволодіти теорією і практикою красномовства.

Проблеми ораторського мистецтва – це справді вічні проблеми. У новітній час їх продовжують досліджувати зарубіжні й вітчизняні вчені. Так, Поль Сопер вважає красномовство майстерністю, якій слід навчатися кожній людині, чия діяльність пов'язана з постійним виголошенням промов, виступами, читанням лекцій. Зазначив, що успіх виступу залежність, перш за все, від його теми, інтересів аудиторії. Він виділив такі види промов: інформаційна, надихаюча, розважальна, переконуюча.

Відомий дослідник підкреслив важливість і невід'ємність гарних ораторських манер – коректність, невимушеність, натхнення, впевненість, дружній тон. Мовлення оратора має бути граматично правильним, точним, доцільним, економічним, оригінальним. Поради Поля Сопера супроводжуються практичними завданнями, вправами, вони спрямовані на успішне оволодіння мистецтвом красномовства.

Дейл Карнегі ораторське мистецтво розглядає як засіб комунікації, встановлення взаєморозуміння. Він дає практичні поради, які стосуються підготовки оратора до публічного виступу. Автор вважає, що добре підготовлений виступ – це 9/10 виголошеної промови, особливу увагу приділяє її змісту та структурним елементам – початку і закінченню Проте, на думку Карнегі, важливим є не тільки змістовна сторона промови, а й те, яким тоном, інтонацією вона буде виголошена. „Гарний виступ – це перш за все розмовний тон і безпосередність, – зазначає Д. Карнегі.

Певний внесок у розвиток проблеми формування майстерності виразного слова вчителя зробив видатний педагог А. Макаренко. Особливого значення в оволодінні майстерністю слова відомий педагог надавав педагогічній техніці, яку вважав однією із сходинок до педагогічної майстерності. Під педагогічною технікою він розумів набір спеціальних знань, умінь, навичок. Насамперед, це вміння володіти диханням, голосом, мімікою і жестами, регулювати свій настрій, гнучко використовувати значний арсенал методів педагогічного впливу.

Одну з досконалих, самобутніх систем педагогічної риторики впроваджував у життя відомий вчений, педагог Василь Олександрович Сухомлинський. Він висував високі професійні вимоги до педагога, який, на його думку, повинен усе життя працювати над самовдосконаленням, оволодіваючи секретами педагогічної майстерності, наприклад, уміло користуватися методом активізації розумової діяльності учнів, прийомами словесного спонукання, заохочення, виявлення довіри, заборони тощо, які формують духовну та інтелектуальну основу щоденного спілкування вчителя й учня.

Отже, риторична майстерність сучасного викладача – це високий рівень володіння усним живим словом в різних ситуаціях навчально-виховного процесу. Цей рівень забезпечується глибокими теоретичними знаннями, практичними вміннями, залежить від особистих якостей учителя, які дають йому можливість діяти продуктивно, творчо, успішно розв'язувати поставлені завдання: надихати й мотивувати учнів, передавати знання, переконувати, викликати певні почуття, спонукати до позитивних вчинків і дій у навчально-виховному процесі.

ПРОБЛЕМИ ЗВІЛЬНЕННЯ ВІД КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Клунко В.В., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: ст. викладач Коробка О.С.

Про звільнення від кримінальної відповідальності йдеться й у деяких статтях Особливої частини КК (наприклад, звільнення від кримінальної відповідальності за державну зраду (ч. 2 ст. 111), шпигунство (ч. 2 ст. 114), ухилення від сплати податків, зборів чи інших обов'язкових платежів (ч. 4 ст. 212), участь у злочинній організації (ч. 2 ст. 255) тощо). Проте КК ніде не розкриває цього поняття.

Звільнення від кримінальної відповідальності - це звільнення від потенційного державного засудження особи, що скоїла злочин, яке за наявності підстав, передбачених законом, здійснюється виключно судом в порядку, встановленим законом.

Перша проблема, що виникає при зверненні до інституту звільнення від кримінальної відповідальності за хабарництво, зводиться до обґрунтованості його існування: наскільки виправданим є існування і збереження цього інституту в нашому законодавстві, чи не може держава у боротьбі з хабарництвом обійтись без таких компромісів з учасниками акту дачі-одержання хабара?

Основною причиною існування цього інституту було і залишається одне — суттєві процесуальні складнощі розкриття хабарництва та доказування вини учасників цього акту, зумовлені характером акту дачі-одержання хабара, прагненням його учасників утаємничити це діяння. Виходячи з цього, боротьба з хабарництвом може бути ефективною лише за умови, якщо один із учасників відносин, що складаються при дачі-одержанні хабара, буде зацікавлений у їх викритті. За обставин, коли і дача хабара, і його одержання, а також умисне сприяння їм у будь-якому вигляді (за наявності ознак співучасті) визнаються кримінально караними діяннями, говорити про особливе зацікавлення когось із осіб, безпосередньо чи опосередковано причетних до викриття хабарництва, мабуть, не доводиться.

З викладеного можна зробити висновок про те, що інститут спеціального звільнення від кримінальної відповідальності за хабарництво є необхідною умовою, обов'язковим правовим засобом ефективної протидії хабарництву.

Друга проблема, яка виникає в процесі аналізу цього інституту, полягає у виборі суб'єкта такого звільнення. Оскільки учасників акту дачі-одержання хабара завжди є щонайменше двоє, один з яких дає хабара, а інший його отримує, то постає питання: кого із учасників акту дачі-одержання хабара доцільно стимулювати до позитивної посткримінальної поведінки, з ким із них краще йти на кримінально-правовий компроміс для досягнення вищезазначеної мети?

Відповідно до чинного кримінального закону (ч. 3 ст. 170 КК) нашої держави таким суб'єктом може бути лише хабародавець. Інші учасники акту дачі-одержання хабара (хабарник, посередник в хабарництві, співучасники цих осіб і хабародавця) не мають шансів потрапити під дію положень, викладених у ч. 3 ст. 170 КК.

Ситуацію, за якої закон передбачає можливість з усіх суб'єктів хабарництва звільняти від кримінальної відповідальності лише хабародавця, на наш погляд, не можна вважати правильною. Крім того, вона перешкоджає ефективному розкриттю найбільш тяжкого виду хабарництва — одержання хабара — і викриттю найнебезпечнішої в хабарництві постаті — хабарника. Якщо розглядати зазначене становище з правових позицій, то маємо певний нонсенс: хабародавець за певних обставин звільняється від кримінальної відповідальності, а, скажімо, така менш небезпечна постать, як посередник, — ні.

На нашу думку, законодавцю слід вдосконалювати існуючу формулу звільнення хабародавця від кримінальної відповідальності. Насамперед це стосується законодавчого уточнення органів, до яких хабародавець повинен звертатися із заявою про дачу хабара. Адже і сьогодні закон не вказує адресата такого звернення. Таким адресатом, на наш погляд, може бути будь-який правоохоронний орган, який має право прийняти процесуальне рішення за заявою хабародавця. Визначати більш широке коло таких органів (органи державної влади тощо) вбачається недоцільним.

У боротьбі з хабарництвом пильна увага має бути сконцентрована на основній і найнебезпечнішій постаті – особі, яка одержує хабар; а кримінально-правовий компроміс — це засіб, без якого ефективна протидія цьому злу неможлива. А це, у свою чергу, обумовлює пошук нових, зокрема нетрадиційних для вітчизняної юриспруденції, підходів у виборі правових компромісів з учасниками акту дачі-одержання хабара.

Ми вважаємо за доцільне стимулювати до позитивної посткримінальної поведінки як хабародавців, так і хабарника. Аналіз показав, що спеціальні правові підстави звільнення від відповідальності за хабарництво, які існують в кримінальному праві Німеччини і Швейцарії, поширюються як на хабародавця, так і на суб'єкта одержання хабара. У зв'язку з цим ми пропонуємо доповнити КК України статтею 369^1, якою передбачити звільнення від кримінальної відповідальності як за давання так і отримання хабара, якщо ця особа, яка дала або одержала хабар, добровільно до порушення щодо неї кримінальної справи заявила про це органу, наділеному законом правом на порушення кримінальної справи.

ТЕОРІЇ ПОХОДЖЕННЯ ДЕРЖАВИ

Оніщенко В.О., студ. 1 курсу ЮФ, спец.«Право»
Науковий керівник: ст. викладач Котвяковський Ю.О.

Актуальність дослідження обумовлена сучасними науковими досягненнями, які вимагають нових підходів до вивчення соціально-політичних і інших явищ, що сприяли процесу виникнення держави.

В даний час завдяки успіхам археології й етнографії знання про первісне суспільство, етапи і тенденції його розвитку істотно збагатилося. Якщо в XIX - початку XX століття історичні знання про суспільний розвиток охоплювало період приблизно в 3 тис. років, то тепер історія багатьох регіонів нараховує 10-12 тис. років, існує цілком достовірне знання про цей історичний діапазон у житті людства. Правильне розуміння будь-якого соціального явища неможливо без знання його історичних коренів, того, у яких умовах воно виникло і як розвивалося. Кожний з етапів розвитку людства відрізнявся визначеним рівнем і характером суспільних відносин: культурних, економічних, релігійних. Найбільш тривалим етапом у житті людського суспільства були часи, коли не існувало держави і права в сучасному змісті слова. У науці за цим періодом закріплена назва первісного чи суспільства общинно-родового ладу. Сучасна антропологія довела, що людина сучасного, кроманьйонського типу існує близько 40 тис. років. У цей період людський рід здійснював уже переважно не біологічну, а соціальну еволюцію. Тим часом перші державні утворення з'явилися лише біля п'яти тисяч років тому. Звідси випливає, що десятки тисяч років люди сучасного типу існували не знаючи держави.

Мета дослідження: дослідити різні підходи до вирішення питання про причини і умови виникнення держави. Методи: системний, метод тлумачення, синтез, аналіз, порівняльно-правовий.

На сьогоднішній день існує ряд теорій, що пояснюють причини виникнення держави. Однією з найдавніших є теологічна теорія. Її творці вважають, що держава вічно існує в силу божественної волі, а тому кожний зобов'язаний підкорятися цій волі, підкорятися їй в усьому. Так, у законах царя Хаммурапі (Давній Вавилон) говорилося про божественне походження влади. У Давньому Китаї імператор іменувався сином неба. У більш близькі нам часи дану ідею продовжувало розвивати християнство. Особливого поширення ідеї теології набули в період феодалізму у працях вчених теологів Фоми Аквінського та Аврелія Августина.

Історико-матеріалістична теорія, прихильниками її були Л.Г. Морган, К. Маркс, Ф. Енгельс та ін. Згідно з цією теорією, протягом тривалого часу люди жили, не маючи уяви про державу. Та вже тоді люди прагнули до колективних форм життя. Ф.Енгельс вважав родовий устрій «чудесною організацією… без солдатів, жандармів і поліцейських, без дворян, королів, намісників, префектів або суддів, без в'язниць, без судових процесів» Держава виникає внаслідок розвитку і занепаду первісного ладу, розвитку способу виробництва, що й визначає соціальні зміни в суспільстві. Економічними причинами виникнення держави були: 1) суспільний розподіл праці; 2) поява приватної власності; 3) розшарування суспільства на класи. Вона розглядається як політична організація організованого насилля одного класу над іншими.

Патріархальна теорія була дуже поширеною в Давній Греції і рабовласницькому Римі, одержала подальший розвиток у період середньовічного абсолютизму, відгомони її існують до нашого часу. Її основоположник Аристотель вважав, що держава являє собою природну форму людського життя, поза державою спілкування людини із собі подібними неможливе. Як істоти суспільні, люди прагнуть до утворення патріархальної родини, а збільшення кількості подібних родин призводить до утворення держави. Ідеї цієї теорії розвиваються у працях англійського вченого XVII ст. Роберта Фільмера, та живі дотепер.

Теорія суспільного договору і природного права. Перші згадки цієї теорії сягають своїми коренями в античність Так, давні греки говорили, що держава виникла в результаті взаємної домовленості людей з метою забезпечення справедливості. Давньогрецькі основи даної теорії блискуче розвинуті плеядою мислителів XVII-XVIII ст. Гроцієм, Спінозою, Радішевим, Гобсом, Локом, Ж.-Ж. Руссо. Прихильники даної теорії виходять з того, що державі передує природний стан, який вони характеризують по-різному. Для Руссо люди в природному стані мають природжені права і свободи, для Гобса - це стан війни всіх проти всіх.

Теорія насильства (завоювання) виникла й одержала поширення наприкінці XIX — початку XX століття. її основоположники Л. Гумплович, К. Каутський, Е. Дюрінг та інші спиралися на відомі факти (виникнення німецької і угорської держав). Каутський стверджував, що класи і держава з'являються разом як продукт війни і завоювання. Держава є апаратом примусу, поява якого обумовлена необхідністю утримувати у підкоренні захоплені племена, вона є зовнішньою примусовою силою. Органічна теорія говорить про те, що розвиток держав аналогічний за своєю природою розвиткові живих організмів, що відбувається за схемою: народження, життя, вмирання. Тобто держава за своєю природою є тотожною людському організму, де окремі органи аналогічні структурним підрозділам державного апарату (Г.Спенсер).

Отже, держава явище надзвичайне багатогранне. Причини його виникнення визначаються багатьма об'єктивними факторами: біологічними, психологічними, економічними, соціальними, релігійними, національними й іншими, їх загальне наукове осмислення навряд чи можливе в рамках якоїсь однієї універсальної теорії, хоча в історії людської думки такі спроби робилися.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НОВОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Шестерньов Д.О., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: асистент Ткаченко В.В.

Інформація — абстрактне поняття, що має різні значення залежно від контексту. 1.роз'яснення; виклад фактів, подій; тлумачення; 2. представлення, поняття; 3. ознайомлення.

У зв'язку з розвитком інформаційного суспільства виникла необхідність для вдосконалення особливої галузі права -- інформаційного права. Сьогодні деякими авторами відзначається тенденція становлення інформації як фактора, що визначає чи ледве не всі сторони життя людини. Сучасний етап розвитку суспільства і держави характеризується зростаючою роллю інформаційної сфери, що є системоутворюючою рушійною силою становлення інформаційного суспільства. Аналіз вже існуючих норм, що регламентують деякі правила поведінки в інформаційній сфері, показує, що суперечливість і нерозвиненість правового регулювання суспільних відносин в інформаційному просторі ускладнює підтримку необхідного балансу інтересів особистості, суспільства і держави, а також адекватність застосування відповідних норм на практиці, в т. ч. судами та органами слідства та дізнання.

Загальновідомо, що інформація здавна існує в суспільстві як засіб спілкування, отримання нових знань, передачі цих знань іншим особам, впливу на деякі ланцюжки взаємопов'язаних речей. Економісти розглядають інформацію як товар, об'єкт ринкових відносин.

У період становлення інформаційного суспільства важливого значення набуває право як основний регулятор суспільних відносин. Процес формування інформаційного права пов'язаний також з наявністю в цій галузі наступних конструкцій:

1. самостійний предмет правового регулювання;
2. методи інформаційного права;
3. понятійний апарат, властивий тільки даної галузі права.

Однією з основних проблем розвитку інформаційного права є відсутність єдиного нормативно-правового акта, який би регулював всі суспільні відносини пов'язані з інформацією. На нашу думку, виникла необхідність кодифікації інформаційного права в українському законодавстві. Також, проблемою остаточного відокремлення і становлення інформаційного права у вітчизняному законодавстві є його часткове регулювання цивільним законодавством. У контексті розвитку нової галузі права в ній повинні регулюватись всі суспільні відносити, які підпадають під предмет її вивчення, зокрема авторське право, особисті немайнові права пов'язані та непов'язані з майном.

Зрозумілою є також проблема застосування цього твердження на практиці, оскільки українському законотворцю необхідно «перекроїти» величезну кількість правових норм в нашому законодавстві.

Необхідно також провести поділ інформаційного права на підгалузі, розмежувати інформацію як нематеріальний і як матеріальний об'єкт.

1. інформація як документ (як матеріальний об'єкт). У цьому сенсі всі дефініції, пов'язані так чи інакше з цією категорією, не є в прямому значенні чисто юридичними. Такі поняття, як «документована інформація», «документ», «електронний документ», «інформаційний обмін» та інші, пов'язані в більшій ступеня з управлінською роботою і практичними навичками з діловодства. Зазначені терміни вимагають визначення їх понять і приведення до єдиного знаменника, тому що в різних підручниках вони тлумачать по-різному;

2. інформація як відомості про що-небудь (як нематеріальний об'єкт). Тут дуже важливого значення набуває соціо-психологічні складова інформації. У зв'язку з цим слід зазначити, що інформація є соціальний інструмент, не можна порівняти ні з яким-небудь іншим матеріальним інструментом. Це пояснюється тим, що люди відчувають на собі вплив матеріального інструменту або механізму і можуть передбачити це вплив на відміну від інформації, коли наслідки її впливу передбачити малоймовірно, а відчути фізичне її вплив взагалі неможливо. У цій категорії сутності інформації варто, на мій погляд, розглядати і визначати значення понять «інформаційних воєн »,« інформаційного тероризму »,« інформаційної атаки »,« інформаційної безпеки »,« інформаційної зброї »і так далі. Однак дві вищезгадані категорії, іманентні інформації, не вичерпують всю її суть, а особливо правові явища, що складаються з приводу інформації.

Невизначеною дефініцією в літературі виступає інститут права власності на інформацію. У багатьох роботах з інформаційного права йдеться про право власності на інформацію. Вважаю, що такий підхід є помилковим з урахуванням тих категорій інформації, які були позначені вище. Думаю, що інформація не може перебувати в будь-чиєї власності, оскільки вона як щось соціально невизначений не належить нікому. Інформація є лише відображенням об'єктивної реальності. У власності можуть перебувати лише інформаційні ресурси, тобто окремі документи і окремі масиви документів, що знаходяться в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних тощо). Розбіжності в юридичній літературі з приводу власності на інформацію або на інформаційні ресурси ще раз підтверджують багатофункціональну сутність самої інформації.

ПРОБЛЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ ЗЛОЧИННОСТІ В УКРАЇНІ

Шестерньов Д.О., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: ст. викладач Коробка О.С.

Головним плацдармом, на якому розгортаються кримінальні баталії в Україні є економіка. Злочинність у сфері економіки досягла такого якісного рівня, що вона стала визначати характер і напрямки реалізації реформ не тільки у сфері економіки, а й в системі державного будівництва і правоохоронної діяльності. Не випадково, що в минулому році це питання вже два рази розглядалося на засіданнях РНБО України.

Недостатній контроль за зовнішньоекономічними операціями та своєчасним поверненням валютних цінностей призвів до того, що неповерненні в Україну валютні цінності склали майже 10 млрд. гривень. Значна їх частина припадає на удавані угоди між фіктивними резидентами і нерезидентами, а також на угоди, що укладені без належного вивчення фінансового стану контрагентів. Не зменшується кількість розкрадань держаних коштів з використанням банківських рахунків, відкритих на фіктивних суб'єктів підприємницької діяльності.

Висока кримінальна активність характерна і для процесів приватизації державних і комунальних підприємств. Найбільшого розповсюдження тут отримали: заниження вартості приватизованих об'єктів, усунення небажаних конкурентів, негативний вплив на процеси конкуренції, придбання нерухомості шляхом зловживання службовим становищем, фіктивне банкрутство або доведення до банкрутства. В результаті держава недоотримає до бюджету сотні мільйонів гривень. Але викриття цих зловживань, як показують результати прокурорських перевірок, досить слабке.

Ухилення від сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів отримало в останні роки значного розповсюдження. У зв'язку з цим, порушуються тисячі кримінальних справ, а притягуються до відповідальності лише одиниці. Так у 2010 році засуджено за вчинення цього злочину лише 268 особи.

Кримінологічні дослідження свідчать, що мало хто з підприємців зараз не ухиляється від сплати податків. При цьому використовується безліч найрізноманітніших способів. Серед них найбільш розповсюдженими є: навмисне заниження у звітності сум фактично виплаченої заробітної плати, укриття виручки від комерційних операцій, заниження доходу по експортно-імпортних операціях, таємний вивіз за кордон прибутку спільних підприємств, бартерні операції, маніпуляції з цінами на товари та послуги, перерахування грошей на рахунки фіктивних фірм, неприкрите ухилення від сплати податків та багато інших прийомів. Так, згідно з експертними оцінками, лише 30% фактично виплаченої заробітної платні проходить по бухгалтерським звітам, до 20% виручки не оприбутковується у торгівельних підприємствах, невідповідність цін на вивезену за кордон продукцію складає 40-50%. Щорічно держава не до отримує близько 20 млрд. гривень від несплати податків.

Вивчення кримінальних справ про господарські злочини показало, що професійна підготовка слідчих і працівників дізнання по цій категорії справ вкрай низька. Тому, необхідна розробка та впровадження методики професійного відбору фахівців для роботи у зазначених органах, організація постійного навчання з основ бухгалтерського обліку, по вивченню законодавства про підприємницьку діяльність, створення необхідних умов та гарантій для нормальної службової діяльності. Цілями профілактики мають слугувати і заходи щодо вдосконалення методів обліку і контролю за рухом товарно-матеріальних цінностей, які б відповідали світовим стандартам ведення господарського обліку і давали б змогу проаналізувати та вивчити по кожній галузі господарства, на кожному етапі виробництва дії, операції, рішення, при здійсненні яких можливе вчинення економічних злочинів, розробити певні умови та процедури, що включали б такі факти, детально регламентували правила та стандарти прийняття розпорядчих, дозвільних, управлінських рішень, видання ліцензій, вирішення інших питань управління економікою.

Зазначені заходи включають: створення узгодженої системи показників, що відбивають реальний стан боротьби зі злочинністю в економічній сфері в Україні; створення єдиної Міжвідомчої системи інформування про такі злочини, причини та умови їх вчинення; створення банку нормативної, управлінської, аналітичної, науково-методичної, довідкової та іншої інформації, у тому числі із закордонних джерел, і налагодити систему користування цією інформацією зацікавленими відомствами і науковцями; розробити методичні рекомендації по використанню методів статистичного аналізу динаміки окремих видів економічних злочинів, методик організації статистичних спостережень збитків від економічних злочинів.

Протидію злочинності у сфері економіки необхідно розглядати, передусім, як економічну проблему. У зв'язку з цим, важливо вирішити і питання про запровадження викладання у вищих юридичних навчальних закладах країни та закладах економіко-фінансового профілю спеціального курсу „Кримінолого-економічний аналіз права", оволодіння яким має забезпечити суттєве підвищення якості підготовки спеціалістів для роботи в правоохоронних, контролюючих органах, органах влади і управління.

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПРАВА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Шестерньов Д.О., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: к.ю.н, доцент Запара С.І.

У сучасних умовах надзвичайно актуальною є проблема з'ясування тенденцій та закономірностей розвитку трудового права у контексті взаємозв'язку наукових здобутків цієї галузі та розвитку трудового законодавства України.

Однак, недостатньо наукових досліджень, предметом яких був би аналіз науки трудового права у пострадянський період. Відтак головне завдання пропонованої тези є з'ясування основних напрямів і тенденцій розвитку науки трудового права в умовах незалежної Української держави.

Необхідність дослідження розвитку науки трудового права України зумовлюється тим, що сам по собі більш-менш послідовний виклад історичних фактів не може дати повноти її фактичного стану: є потреба з'ясування усіх причин об'єктивного та суб'єктивного плану наукових поглядів у сфері трудового права.

Чинне нині трудове право склалося переважно в період, коли економічною основою трудових відносин була державна власність. Держава виступала не тільки як орган влади, але як власник, що зумовлювало жорстке правове регулювання трудових відносин.

Формульовані державою норми трудового законодавства передбачали, з одного боку, досить низький (порівняно з країнами з розвинутою ринковою економікою) рівень оплати праці, а з іншого – надмірний рівень соціальних гарантій для працівників. Відповідальність за дотримання цих гарантій держава повністю покладала на організації, які приймали працівників на роботу за трудовим договором.На відміну від інших галузей права, які знайшли свою законодавчу базу останнім десятиріччям, трудове право виявилось у тій групі галузей, для яких розробка нормативної бази пов'язана з подоланням розбіжностей з цілої низки важливих принципових питань у суспільстві і на політичній арені.

Причин такої ситуації декілька. Перша і чи не головна з них – це стан економіки країни з усіма метаморфозами останнього часу, які в ній відбуваються. На все це разом взяте накладаються загальносвітові тенденції економічного розвитку, серед яких на першому місці стоїть глобалізація.

Друга причина – це сукупність соціальних і освітніх сфер (мається на увазі аспекти загальноосвітньої і професійної підготовки, перепідготовки процесів у суспільстві, які суттєво впливають на розвиток ринку робочої сили).

Третя причина, вплив якої і значення чим раз зростає, – політизація процесу розробки законопроектів, у тому числі проекту майбутнього Трудового кодексу України.

Четвертою причиною можна вважати пасивну роль науки трудового права, яка упродовж тривалого часу не була спроможна усвідомити зміни в трудових відносинах на зовсім новій основі і запропонувати концептуальні напрями для їх регулювання.

Відтак наука трудового права повинна відмовитися від своєї орієнтації на соціалістичну систему господарювання, а поставити своєю метою проведення досліджень, які б вирішили проблему забезпечення відповідного рівня гарантій захисту трудових прав та інтересів працівників, які через об'єктивні обставини змушені продавати свою робочу силу.

Слід зазначити, що останніми роками простежувалась розбіжність у напрямах розвитку правотворчості та наукових досліджень у сфері трудового права. Так, якщо правотворча діяльність переважно спрямована на внесення незначних змін в нормативно-правові акти (однак це суттєво не відбивається на реформуванні трудового законодавства), то наукова думка поповнилась низкою досить цікавих фундаментальних досліджень, у яких автори роблять акцент на вирішенні теоретичних питань регулювання трудових відносин. Тобто правотворчість і наукові дослідження розвиваються у різних напрямах: держава замість використання результатів наукових досліджень при створенні нормативно-правових актів, фактично усуває науку трудового права від виконання своїх основних завдань. А це призводить до недосконалості юридичної техніки та неефективності законодавства.

Вважається, правильним судження про те, що ефективність закону визначається не лише політичною доцільністю правових норм, але також їх соціально-економічною обгрунтованістю і юридичною чіткістю, чим і повинна займатися наука трудового права.

Отже, в розвитку науки трудового права виявляються такі основні тенденції:

1) повільність розвитку науки трудового права;

2) невирішеність основоположних проблем трудового права України, таких як поняття, предмет, принципи трудового права;

3) полярність підходів та поглядів щодо вирішення більшості проблем трудового права;

4) відставання процесу формування трудового законодавства від темпів розвитку науки трудового права;

5) значною мірою невідповідність напрямів наукових досліджень спрямованості розвитку суспільних відносин та потребам суспільства.

СУДОВА РЕФОРМА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СУДОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Лісунова Ю.Ю., студ. 4 курсу ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: проф. Ясинок М.М.

Зважаючи на рівень українського законодавчо-правової бази судова реформа на сучасному етапі розвитку нашої країни нам просто необхідна. Українські суди повинні здійснювати неупереджене та незалежне правосуддя за законами країни, яка вже не існує 19 років. Відповідно до Закону України "Про правонаступництво України" від 12 вересня 1991 р. на території нашої держави діють акти, ухвалені Верховною Радою УРСР, оскільки вони не суперечать законам України, прийнятим після проголошення незалежності України ст. 3 Закону України "Про правонаступництво України". Наша держава підтвердила свої зобов'язання за міжнародними договорами, укладеними УРСР до проголошення незалежності України ст. 6 Закону України "Про правонаступництво України". Вона стала також правонаступницею прав та обов'язків за міжнародними договорами Союзу РСР, які не суперечать Конституції України та інтересам республіки ст. 7 Закону України "Про правонаступництво України". Отже, з вище сказаного зрозуміло потрібні зміни.

Судова влада є гарантом і безпосередньо відповідальна за вирішення конфліктів, які неминуче виникають у суспільстві. Вона не повинна поступатися своїм авторитетом ні законодавчій, ні виконавчій владі. Світовий досвід підтверджує, що стан судової влади, її роль у житті держави й усього суспільства — повинна здійснюватись на засадах демократичності й законності. Панування політики в судах не сприяє утвердженню престижу суду, не створює умови для належного захисту прав, свобод та законних інтересів громадян. Незалежність є важливою ознакою ефективності судової влади. Політична незалежність — це відсутність будь-якого впливу політичних партій та громадських рухів (ст. 126 Конституції України). Усі державні органи, установи, організації, органи місцевого і регіонального самоврядування, громадяни та їх об'єднання зобов'язані поважати незалежність судових органів і не посягати на неї. Соціально-економічна незалежність судової влади гарантується особливим порядком фінансування суддів, їх матеріальним та побутовим забезпеченням, соціальним захистом. Було прийнято Закон України «Про судоустрій і статус суддів» який передбачав проведення реформи судової системи нашої держави, але це не допомогло вирішити фундаментальні проблеми у системі призначення та звільнення суддів, незважаючи на деякі вдосконалення не може бути повною мірою усунено недоліки без внесення змін до Конституції України, прозорості процесу добору кандидатів на посаду судді, процедури дисциплінарного провадження та звільнення з посади. Також відсутність об'єктивних критеріїв підвищення суддів по службі, внаслідок чого "підвищення по службі перетворюється в суто політичне питання, яке вирішується виключно Верховною Радою - органом, якому не годиться оцінювати "кваліфікації, чесноти, здібності та результати праці" суддів. Тому потрібно не обмежувати судову реформу рівнем законодавства, а провести глибоку конституційну реформу з метою закладення міцних підвалин сучасної та ефективної судової системи у повній відповідності до європейських стандартів. Необхідність внесення змін до Конституції України. З метою приведення судової системи у відповідність до європейських стандартів має бути передбачено, що: утворення та ліквідація судів здійснюються не президентом України, а законом; потрібно виключити роль Верховної Ради у процесі обрання та звільнення суддів, потрібно змінити склад Вищої ради юстиції, забезпечивши, щоби більшість або принаймні істотна частина її членів були суддями, обраними самими суддями; має бути забезпечено, щоб суддівська недоторканність гарантувалася не Верховною Радою, а справді незалежним суддівським органом; випробувальний термін для першого призначення на посаду судді, якщо він вважається справді необхідним, має бути відносно коротким і становити, приміром, два роки.

Отже, загальна оцінка не дозволяє говорити про те, що проведена судова реформа повною мірою відповідає міжнародним стандартам у сфері правосуддя та незалежності судової влади. На сьогодні є всі підстави говорити про необхідність вдосконалення конституційних положень, які визначають організацію судової влади та здійснення правосуддя в Україні, у рамках конституційної реформи. Тому треба насамперед звернути увагу на закони України, кодекси, Конституцію України і не лише вносити зміни, а можливо кардинально їх змінити. Лише в такий спосіб Україна зможе забезпечити відповідність судової реформи європейським стандартам.

ДО ПИТАННЯ ПРО СУТНІСТЬ ТА ПОНЯТТЯ ПРАВОВИХ АКСІОМ

Трофімцева Ю., студ.1 курсу, спец. «Право»
Науковий керівник: ст. викладач Бондар Н.А.

У юридичній літературі одним з неоднозначних і дискусійних є питання про необхідність виділення в праві аксіом, виникнення якого багато в чому зумовлене різним розумінням даного явища. Питання, які пов'язані з дослідженням поняття і співвідношення таких категорій як «аксіома в праві» і «принципи права» порушувалися у багатьох працях. Актуальність цієї теми полягає в тому, що правові аксіоми відіграють важливе значення для тих, хто працює в юридичній сфері діяльності. Адже жодна юридична справа не може розглядатися без правових аксіом. Тому можна стверджувати, що якість права, його розвинутість, а також можливість виконувати не тільки загальні, але і конкретні завдання, що стоять перед суспільством на певному етапі його розвитку, безпосередньо залежать від того, наскільки в його змісті втілені аксіоми, як добре і повно вони відображені нормами права. Коли ми говоримо про правові аксіоми, то маємо на увазі, що ці правила є загальнообов'язковими.

В теорії права цією проблемою займалися такі видатні представники, як С.С. Алексєєв, А.М. Колодій, В.Н. Кудрявцев, Г.І. Манов, Л.С. Явич, П. М. Рабінович та інші. Починаючи з античності і аж до середини XIX ст. аксіоми розглядалися як інтуїтивно очевидні або апріорно істинні судження. Однак у якості правової категорії поняття "аксіоми" було введено В.Н. Кудрявцевим, який аналізуючи проблеми програмування процесу застосування норми права, висловив думку про наявність в праві аксіом. Він вважав, що це основні положення і визначення правової науки, які є безсумнівними і не припускають інших тлумачень. В свою чергу з них логічно виводяться, на їх основі визначаються, розробляються всі інші категорії правової науки, які вже згодом закріпляються в норми права.

Натомість С.С.Алексєєв, розробляючи проблему аксіом в праві, використовував поняття "аксіоми" по відношенню до тих чи інших правових принципів. Зокрема, науковець зазначав, що характер аксіом, вочевидь, властивий не тільки окремим положенням правової науки, але й ряду правових принципів: "Об'єктивна основа правових аксіом корініться в закономірностях, властивостях спеціально-юридичних принципів права...". Варто погодитися з С.С.Алексєєвим, що аксіоми як правові явища характеризують особливості права в цілому і впливають на специфіку галузевих принципів.

В.В. Сухонос стверджувала, що правові аксіоми – це такі ідеї, положення, які сприймаються без доведення. Знання основних і галузевих принципів права і аксіом дозволяє юристам і всім громадянам краще орієнтуватись в діючому законодавстві і вирішувати справи, особливо коли потрібно застосовувати аналогію права.

Цікавим є погляд Масленікова О.В., який визначає правові аксіоми як ідеальні явища, що відносяться до різної плоскості правової дійсності (до права, правосвідомості і правової науки). З врахуванням специфіки властивою кожній групі аксіом слід розрізняти:

Аксіоми в праві – знання про явища природного і соціального середовища, що приймаються як істинні і що залучаються в необхідних випадках в процес правового регулювання.

Аксіоми права – ідеальні фрагменти правової матерії, що є «згустками» юридичного досвіду.

Аксіоми науки права – наукові положення, які в логико-методологічному плані є елементом теоретичного базису наукових теорій.

Ряд дослідників, визначаючи аксіоми як положення, що приймаються без логічних доказів через їх безпосередню переконливість, виступає проти визнання права аксіоматичною системою, наявності в праві аксіом. Як доказ цієї теорії наводяться наступні аргументи. По-перше, норми права, як первинні елементи системи права, не можуть розглядатися як аксіоми або теореми, оскільки вони вже сформовані законодавцем, унаслідок чого не потребують доказу. По-друге, аксіоматичні системи (різного роду теорії) побудовані з кінцевого числа несуперечливих аксіом. В той же час, з приведеною вище позицією можна погодитися лише за умови розгляду аксіом з точки зору їх строго наукового розуміння.

У загальній теорії права аксіоматичних положень багато: хто живе згідно із законом, той нікому не шкодить; не можна бути суддею у власній справі; що не заборонено законом, то дозволено; всякий сумнів тлумачиться на користь обвинуваченого; люди народжуються вільними і рівними в правах; закон зворотної сили не має; несправедливо карати двічі за одне і те ж правопорушення; гнів не виправдовує правопорушення; один свідок - не свідок; якщо звинувачення не доведено, обвинувачений виправданий; той, хто жаліє винного, карає невинних; правосуддя укріплює державу; влада існує лише для добра і ін. Всі ці аксіоми грають важливу регулятивну, прикладну і пізнавальну роль.

Отже, правові аксіоми акумулюють правовий досвід людства, у зв'язку з чим їх використання необхідне для впорядкування суспільних відносин, ефективності правового регулювання. У них, як відмітив С.С. Алексєєв, виявляється націленість права на те, щоб «затвердити початки справедливості і правди, унеможливити прояви свавілля і беззаконня, а головне – відображена та своєрідність, той «дух», який властивий правовій матерії».

ПРОБЛЕМА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ МІЖ ДЕРЖАВОЮ ТА ОСОБОЮ-РЯТІВНИКОМ

Громико А.В., студ. 2 курсу ЮФ, спец. «Правознавство»
Науковий керівник: ст. викладач Стрельник В.В.

Проголошення українським суспільством курсу на розбудову правової держави означає не лише прийняття на себе обов'язку визнавати природні права людини, але й необхідність створення умов для реалізації цих прав і свобод. Бурхливе життя сучасного суспільства не позбавлено негативних,непередбачуваних ситуацій,які можуть призвести до небажаних наслідків і тому закріплення норм по відшкодуванню шкоди фізичній особі у законодавстві є актуальним положенням, оскільки турбота про відвернення небезпеки, яка може загрожувати як немайновим, так і майновим інтересам фізичних (а також юридичних) осіб, є моральним та конституційним обов'язком кожного громадянина України. Гарантією майнових прав громадян і виконання відповідного обов'язку зацікавленими особами та державою є правило ст. 56 Конституції України, де закріплене право кожного на відшкодування за рахунок держави чи органів місцевого самоврядування матеріальної та моральної шкоди, заподіяної незаконними рішеннями, діями чи бездіяльністю органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових та службових осіб при здійсненні ними своїх повноважень.

Відповідно до статті 1161 ЦК України: шкода, завдана особі, яка без відповідних повноважень рятувала здоров'я та життя фізичної особи від реальної загрози для неї, відшкодовується державою у повному обсязі. Для виникнення цього виду зобов'язань необхідні такі умови: 1) наявність шкоди у потерпілого (рятівника); 2) реальна, наявна (а не ймовірна або удавана) загроза шкоди життю, здоров'ю або майну боржника, яка водночас виключає можливість попередження про це боржника та вимагає термінових дій (напр., пожежа); 3) здійснення потерпілим дій з рятування життя, здоров'я, майна; 4) причинний зв'язок між шкодою, що виникла у потерпілого, та його діями щодо усунення загрози. Рятувальні дії не повинні бути змістом служб, обов'язків рятівника. У разі рятування здоров'я та життя шкода, завдана рятівникові, який без відповідних повноважень рятував здоров'я та життя фізичної особи від реальної загрози для неї, відшкодовується державою у повному обсязі. Сторонами таких правовідносин являються особа-рятівник та держава. Фактично, остання виступає гарантом компенсації за проявлену відвагу та самовідданість. Нажаль, жоден нормативно-правовий акт не регламентує детальний порядок відшкодування зазначеної шкоди. Стаття 55 Конституції України гарантує захист прав і свобод людини і громадянина у судовому порядку, але за такої підстави особі доведеться пройти не просту процесуальну процедуру. Процес передбачає необхідність позову до районної (міської) державної адміністрації,державного казначейства. Сформувалася проблема, що правова норма не забезпечує належного рівня регулювання відносин між державою та громадянами. Взаємодопомога, підтримка у скрутну хвилину – завжди були яскравими проявами гуманізму людини по відношенню до іншої. Неврегульованість зазначеного питання може бути однією із причин збільшення байдужості громадян до проблем один одного, що у свою чергу є неприпустимою перешкодою на шляху необхідної соціальної єдності громадян. Оскільки зобов'язання, що виникають у зв'язку з рятуванням життя та здоров'я фізичної особи є родовим поняттям стосовно різновидів виникнення цивільних прав та обов'язків, внаслідок вчинення рятувальних дій, це дає можливість встановити та охарактеризувати загальні ознаки, властиві конкретній темі та окреслити суть проблеми. Забезпечення прав та інтересів особи-рятівника мусить мати не декларативні,а реальні форми – чітко визначений обов'язок держави що передбачає відшкодування у встановлених законом випадках. Держава повинна визначити правові засади своєї діяльності і межі своєї відповідальності. Цивільно-правова система, як регулятор суспільних відносин, в силу можливої унікальності кожної із життєвих ситуацій, не в змозі передбачити усі аспекти пов'язані з питаннями про відшкодування, але коли правова норма не діє, не в змозі забезпечити належний рівень обслуговування відповідної сфери відносин, факт необхідності внесення змін є безумовним.

З метою реалізації положень відповідних статей глави 80 ЦК України вважаємо необхідним доповнити суттєво-значимими положеннями щодо конкретизації роботи механізму відшкодувань. Пропонуємо створити спеціалізований фонд, шляхом виділення коштів з державного бюджету на безоплатне медичне обслуговування постраждалих осіб, які зазнали шкоди внаслідок рятування здоров'я та життя фізичної особи від реальної загрози для неї. Юридичною підставою надання матеріальної компенсації являтиметься відповідна довідка з реєстру структурних підрозділів МНС, МВС, ДАІ, яка у свою чергу надається фонду. Останній зобов'язує конкретний медичний заклад, у порядку першої необхідності, надати допомогу особі-рятівнику. Таким чином, маємо спрощений процес і реальний результат. Не останнім важливим соціальним кроком було б супроводження діяльності фонду на загальнодержавному рівні номінацією на зразок «Гордість Країни». Запровадження такого положення цивільного законодавства дозволить якісно покращити рівень функціональної спроможності,створить належний процес реалізації зобов'язань між державою та особою-рятівником.

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО СТАТУСУ ЕКСПЕРТА В АДМІНІСТРАТИВНО-ДЕЛІКТНОМУ ПРОЦЕСІ

Шеліган О.В., студ. ЮФ, спец. «Право»
Науковий керівник: проф. Арістова І.В.

Конституція України в ст. 3 пріоритетним обов'язком держави визначила утвердження і забезпечення прав і свобод людини. Тому одним з найважливіших аспектів формування правової держави та здійснення судово-правової реформи в Україні є створення дієвих механізмів забезпечення правового статусу особи. Все це повною мірою стосується і адміністративно-деліктної складової адміністративного права, зокрема, провадження про адміністративні правопорушення.

Провадження у справах про адміністративні правопорушення складаються з дій низки державних та громадських органів, які беруть участь у справі, які не володіють, та і не повинні володіти, спеціальними знаннями, що необхідні для вирішення справи, отже, роль експерта, безумовно підвищується, адже саме експертиза є однією з найважливіших форм застосування спеціальних знань, в результаті чого орган, який здійснює провадження у справах про адміністративні правопорушення отримує нову інформацію, що має доказове значення для справи і не може бути отримана за допомогою інших засобів.

Взагалі під поняттям судова експертиза слід розуміти проведення на підставі рішення суду особою, яка володіє спеціальними знаннями та має спеціальний процесуальний статус (експертом), дослідження певних фактів та фактичних обставин справи з метою повідомлення суду відомостей, які мають значення для справи, що оформляється спеціальним документом – висновком експерта.

Для визначення особливостей адміністративно-правового статусу експерта у провадженні у справах про адміністративні правопорушення слід визначити його місце у класифікаційному поділі суб'єктів провадження у справах про адміністративні правопорушення. При визначенні місця експерта в системі суб'єктів провадження у справах про адміністративні правопорушення слід виходити із наступних положень:незважаючи на важливу роль експерта із забезпечення об'єктивності адміністративно-деліктного процесу, участь його у провадженні у справах про адміністративні правопорушення є на сучасному етапі факультативною; поділяючи суб'єктів провадження у справах про адміністративні правопорушення на індивідуальних та колективних, враховуючи правовий статус експерта, його слід віднести до індивідуальних суб'єктів; експерт належить до групи суб'єктів провадження у справах про адміністративні правопорушення, які не наділені владними повноваженнями; особливість позицій експерта полягає в тому, що його логічно та обґрунтовано відносять до групи суб'єктів, що не мають власної особистої зацікавленості у вирішенні справи, які сприяють здійсненню провадження своїми знаннями та діями, залучається до участі у справі при необхідності використання спеціальних пізнань.

Особливий акцент необхідно зробити на тому, що на сьогоднішній день КпАП України, який є основним кодифікованим нормативно-правовим актом, що регулює провадження у справах про адміністративні правопорушення, прийнятий ще за часів радянської влади, за своїм змістом дещо застарів і не відповідає реаліям сьогодення, а саме містить обмежений склад елементів правового статусу експерта, що, безперечно, слід визнати недоліком, який потребує свого усунення. Доречі, окрім КпАП України права та обов'язки судового експерта визначаються КПК України, КАС України, в яких перелік обов'язків експерта значно ширший.

Участь експерта в провадженні по справам про адміністративні правопорушення на сучасному етапі, максимально повно реалізується на другій центральній стадії провадження – розгляді справи про адміністративне правопорушення та винесення у ній постанови, адже саме на даному етапі експерт залучається для надання висновку (на стадії підготовки справи до розгляду) та надає письмовий експертний висновок, що аналізується та оцінюється уповноваженим органом, який здійснює провадження по справі про адміністративне правопорушення (на стадії слухання справи). Необхідно до чинного КпАП внести норми щодо вимог до форми, змісту та структури експертного висновку.

Чинне адміністративно-процесуальне законодавство, є застарілим і містить ряд неузгодженостей, лише в загальних рисах фрагментарно окреслює права та обов'язки експерта в провадженні у справах про адміністративні правопорушення, не конкретизуючи їх. Обмеженість даних елементів правового статусу експерта свідчить про необхідність розширення кола прав та обов'язків даного суб'єкта провадження у справах про адміністративні правопорушення, який хоча і не є головним при вирішенні справи, але активно сприяє її правильному вирішенню. Не сприяє ефективності проведення експертизи в адміністративно-деліктному процесі наявність відсилок до інших законодавчих актів, тому доцільним вбачається уніфікувати та максимально повно закріпити права та обов'язки експерта саме на рівні адміністративно-процесуального законодавства, шляхом змістовного та чіткого регламентування, збалансування та узгодження основних елементів правового статусу експерта, чітким визначенням його функцій та повноважень в КпАП України.

РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА УКРАЇНА

Котвяковський Ю.О., ст. викладач

Протягом останніх десятиріч пенсійні системи ряду країн зазнали значних змін. Необхідність реформування була обумовлена негативними демографічними тенденціями внаслідок чого відбулася суттєва зміна співвідношення між працюючими та пенсіонерами, змінилася структура виробництва і споживання національного продукту. На сьогоднішній день необхідність прискорення змін викликана кризовими явищами в економіці, що проявилися в останні декілька років. Однією з перших країн, що стали на шлях реформування традиційної солідарної системи, стала Чилі. У 1981 р. була запроваджена недержавна пенсійна система, що відразу і повністю змінила солідарну. Цим досвідом скористалися ряд країн, у тому числі, європейських. У Німеччині, Великій Британії, Нідерландах, Італії, Швейцарії, Польщі спостерігається перехід від фінансування пенсій за рахунок поточних надходжень до системи індивідуальних рахунків та накопичень, підвищення пенсійного віку, перерозподіл обов'язку по сплаті страхових внесків між роботодавцями і працівниками. Пенсійні системи цих країн мають ряд відмінних ознак, проте, в цілому, є подібними. Так, пенсійний вік встановлюється не нижче 65 років для чоловіків та 60 років для жінок; допускається можливість виходу на пенсію до настання цього віку (за 2-4 роки) за певних умов, однак така можливість обмежена, у деяких країнах відміна спеціальних пенсій активно обговорюється, а у Нідерландах та Великій Британії така можливість взагалі відсутня, навпаки відстрочення виходу на пенсію стимулюється її підвищенням; фінансування першого рівня пенсійного забезпечення в Німеччині, Польщі, Швейцарії, Великій Британії здійснюється роботодавцями та працівниками порівну, в Італії внески роботодавців у 2,5 разів перевищують відрахування працівників, а у Нідерландах внески взагалі сплачуються працівниками; держава приймає участь в пенсійному забезпеченні шляхом гарантування мінімальної пенсії. Україна стала на шлях реформування пенсійної системи у 2004 році з набранням чинності Законом України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування». Цим Законом було запроваджено трирівневу систему пенсійного забезпечення: перший рівень – солідарна система, другий рівень – накопичувальна система, третій рівень – система недержавного пенсійного забезпечення. Причому участь у перших двох рівнях загальнообов'язкова, а у третьому – добровільна. Другий і третій рівні становлять систему накопичувального пенсійного забезпечення. Таким чином, був сприйнятий європейський досвід реформування пенсійної системи. Проте другий рівень пенсійного забезпечення, відповідно до пункту 9 Перехідних положень Закону, повинен був вводитися у дію окремим законом з досягненням ряду умов, а саме: зростання ВВП в країні протягом двох років не менше ніж на 2 відсотки порівняно з попереднім роком; перерахування внесків до Накопичувального фонду мало відбуватися одночасно з підвищенням заробітної плати застрахованій особі; забезпечення виплати пенсій у солідарній системі не нижче прожиткового мінімуму; збалансованості бюджету Пенсійного фонду відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку; створення інституційних компонентів функціонування накопичувальної системи пенсійного страхування. Незважаючи на діяльність недержавних пенсійних фондів та страхових компаній із страхування життя, що пропонують програми страхування довічної пенсії, не набула значних масштабів і система добровільного недержавного пенсійного забезпечення. Отже, на сьогоднішній день реально діє лише традиційна солідарна пенсійна система. Непослідовність реформування пенсійної системи в Україні виявилась також в існуванні спеціального пенсійного забезпечення, передбачених окремими законодавчими актами щодо певних категорій пенсіонерів. Крім пільгового віку виходу на пенсію, даними законодавчими актами передбачаються також інші принципи нарахування пенсій. В результаті спеціальні пенсії часто є значно вищими у порівнянні з пенсіями нарахованими відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування». При цьому не спостерігається пропорційного підвищення розміру страхових внесків для осіб, що мають право на спеціальну пенсію. Це створює значне навантаження на діючу солідарну систему. Вказані обставини, разом з іншими чинниками, змушують повернутися до питання реформування системи пенсійного забезпечення в Україні. На сьогоднішній день у Верховній Раді зареєстровано законопроект № 7455 «Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи». Серед заходів, що пропонуються: поступове підвищення пенсійного віку для жінок до 60 років; введення в дію другого рівня - накопичувальної системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, з року, в якому буде забезпечено бездефіцитність бюджету Пенсійного фонду України; підвищення страхового стажу необхідного для отримання права на пенсію на 10 років (з 25 для чоловіків і 20 для жінок до 35 і 30 відповідно); обмеження максимального розміру пенсії на рівні 12 прожиткових мінімумів для осіб, що втратили працездатність; виплата спеціальних пенсій, для осіб, що мають право дострокового виходу на пенсію має здійснюватись лише при досягненні загальновстановленого пенсійного віку та деякі інші заходи. Пропоновані заходи щодо реформування пенсійної системи враховують світовий досвід. Як зазначалося, шляхом підвищення пенсійного віку, страхового стажу та обмеження спеціальних пенсій пройшли ряд європейських країн. В той же час для успішного реформування системи пенсійного забезпечення, створення поряд із солідарною дієвої накопичувальної системи необхідне вирішення таких важливих питань як зростання виробництва, підвищення заробітної плати, розширення зайнятості працездатного населення.

ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЮ СОЦІАЛЬНИХ ГАРАНТІЙ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІВ ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ

Ладика Ю.В., аспірант, Львівський державний університет внутрішніх справ

У науковій літературі вже склалась певна позиція щодо поняття «соціального захисту». Так, у широкому розумінні соціальний захист становить зміст соціальної функції держави і є системою економічних, юридичних, організаційних заходів щодо забезпечення основних соціальних прав людини та громадянина в державі. У вузькому значенні розуміння соціального захисту становить власне соціально-захисну діяльність держави щодо убезпечення від негативних наслідків соціальних ризиків. При цьому, відповідно до ч. 3 ст. 1 Закону України «Про державні соціальні стандарти і державні соціальні гарантії» [4] ***державні соціальні гарантії*** – встановлені законами мінімальні розміри оплати праці, доходів громадян, пенсійного забезпечення, соціальної допомоги, розміри інших видів соціальних виплат, встановлені законами та іншими нормативно-правовими актами, які забезпечують рівень життя не нижчий від прожиткового мінімуму. Отже, соціальні гарантії включають: відповідну оплату праці, пенсійне забезпечення, соціальну допомогу та інші види соціальних виплат.

Практика правового регулювання **соціальної допомоги та інших видів соціальних виплат** правоохоронців у зарубіжних країнах передбачає надання ряду соціальних пільг та гарантій. Так, поліцейський Нью-Йорка має 100% оплачуваний необмежений в часі лікарняний, медичну страховку з покриттям стоматологічного та офтальмологічного лікування, можливості просування по службі та навчанні, має від 10 календарних днів відпустку (до 2-х років служби) та від 27 календарних днів для досвідчених працівників (понад 5 років служби)]. У штаті Вірджинія поліцейські можуть розраховувати у разі потреби на так зване побутове страхування, що надає право, наприклад, на послуги домашньої працівниці, няні для дітей тощо. У свою чергу, працівник поліції Німеччини отримує щомісячні премії та надбавки в середньому від €300 до €500]. Їх розмір залежить від освіти працівника, досвіду роботи, її напруженості тощо.

Слід зазначити, що ефективність являє собою специфічний стан діяльності ОВС, що характеризує мету, загальні принципи, зміст, організацію, форми, методи, засоби, управлінський стиль керівництва, результати її здійснення, відповідність потребам суспільства в забезпеченні правопорядку і законності. Доцільність відбору критеріїв, що використовуються для виміру ефективності діяльності ОВС, визначається їх здатністю: а) відображати реальні результати за основними (пріоритетними) напрямами діяльності органів внутрішніх справ; б) відображати причинно-наслідкову залежність між діяльністю органу внутрішніх справ і явищами, що сприймаються як результати цієї діяльності; в) стимулювати творчу й ділову активність особового складу міліції; г) характеризувати внесок служб і окремих працівників у вирішення загальносистемних питань; д) забезпечувати порівняння відповідних показників між собою у просторі і часі; е) відображати якісні характеристики функціонування ОВС у цілому, його служб, підрозділів і окремих працівників [1].

Стаття 21 та 22 Закону України «Про міліцію» проголошують, що держава гарантує працівникам міліції правовий та соціальний захист. На рівні декларацій ні в кого не виникає сумнівів, що неможливо збудувати правові соціально-орієнтовану державу, доводячи до економічного зубожіння та порушуючи права працівників ОВС, тих, хто має захищати права, свободи, законні інтереси та особисту безпеку громадян.

Разом з тим, соціальна захищеність працівників міліції з року в рік не тільки не поліпшується, а навпаки порушення конституційних прав у частині їх соціального захисту набуває системного характеру. Усупереч декларацій про роль правоохоронних органів у демократичній правовій державі, система ОВС перетворюється на каральний орган, який у першу чергу карає своїх працівників.

На відчуття власної соціальної незахищеності сильно впливає визнання працівниками ОВС того, що: 1) працівники ОВС не мають реальних можливостей для захисту своїх економічних і соціальних інтересів; 2) працівник міліції у разі хвороби не буде безкоштовно забезпечений доглядом, необхідним у його стані; 3) працівник міліції, який вийшов на пенсію, не відчуває себе соціально захищеним [2]. Десятиліттями працівники міліції, перебуваючи під надзвичайно важким психологічним тиском та «професійним» напруженням недотримують належного матеріального фінансування, що негативно позначається на результативності їхньої праці, престижності професії та загальному дисциплінарному фоні органів внутрішніх прав.

Література:

1. Баранник П.Д. Проблеми оцінювання ефективності роботи органів внутрішніх справ // Адміністративне право і процес: шляхи вдосконалення законодавства і практики: Зб. матер. наук.-практ. конф. (м. Київ, 22 грудня 2006 р.) / Ред. кол.: О.М. Джужа, В.М. Дзюба, С.Г. Стеценко та ін. – К.: Київський нац. ун-т внутр.. справ, 2006. – С. 267.
2. Стан захищеності прав, основних свобод і соціальних гарантій працівників ОВС України: аналіт. звіт за результатами соціол. дослідж. / Ю.Л. Білоусов, Д.О. Кобзін, Ю.О.Свєженцева та ін.; заг. ред. К.Б. Левченко. – К., 2008. – С. 110.

ДО ПИТАННЯ ПРО ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ МІЖНАРОДНОГО СТАНДАРТУ

Запара С.І., к.ю.н., доцент

Термін «міжнародний стандарт» є широко вживаним як в українській, так і в європейській нормативно-правові практиці**.** Слово *стандарт* відоме людству з давніх часів. Найчастіше його етимологію пов'язують із старофранцузьким словом *estandart*, яке мало значення «прапор чи інший об'єкт, що впадає в очі й слугує пунктом збору військових загонів» і походило від франкського слова *standhard*, що буквально означало «твердо триматися» та було утворене поєднанням слів, схожих на готські *to stand* та *hardus*. У будь-якому випадку цей термін у представленому лінгвістичному вираженні стає вживаним у середині XII століття. В англійській мові слово *стандарт* у значенні «одиниця виміру» набуло широкого застосування в кінці XIII на початку XIV століття, коли Англія була під владою Франції. Слово вживалося, вірогідно, як метафора, оскільки королівський штандарт (прапор) був символом королівської влади, в тому числі й у таких питаннях, як установлення мір та ваги. Звідси значення «авторитетний або визнаний екземпляр якості чи правильності» (кінець XV століття) Значення «правило, принцип чи спосіб мислення» датується 1560-ми роками. Значення «визначений рівень досягнення» набуває поширення з 1711 р. (наприклад *standard of living* – рівень життя, 1903 р.)

На початку XIX століття європейські держави почали наполягати на «цивілізованому стандарті», якого повинні досягнути неєвропейські країни для того, щоб стати членами міжнародного суспільства (співтовариства), створеного європейцями. Очікувалось, що інші країни погодяться з відомими на той час міжнародними досягненнями, запровадять дипломатію за європейськими зразками, матимуть інтегровану та ефективну урядову бюрократію, уніфікують власні правові системи, приймуть точку зору Європи, зокрема, про неприпустимість полігамії, спалення удови разом із померлим чоловіком, рабства як узаконених моральних норм**.** Фактично, саме з дев'ятнадцятого століття слово *стандарт* усе більше набуває ознак сучасного значення.

В національній юридичній енциклопедії під редакцією Ю.С. Шемшученка знаходимо наступні тлумачення поняття *стандарти міжнародні:* 1) міжнародно-правові норми і принципи, що закріплюють стандартизовані правила поведінки суб'єктів міжнародного права у тих чи інших сферах міжнародно-державного співробітництва; 2) документи Міжнародної організації з питань стандартизації (ІСО), які встановлюють норми і вимоги у сфері готової продукції масового виробництва, напівфабрикатів і сировини. При цьому, у цій енциклопедії вживаємо також терміни «мінімальні державні соціальні стандарти», «мінімальні стандартні правила ООН, які стосуються відправлення правосуддя щодо неповнолітніх», «мінімальні стандартні правила поводження з ув'язненими» тощо. Вищезазначене свідчить про широку та вузьку сферу термінологічного застосування «міжнародного стандарту» та підтверджує актуальність наукового дослідження на дану тематику.

Світова історія знає чимало відвертих проявів насильства: війн, геноцидів, голодоморів тощо. Прагнення до гуманізму та соціокультурне визнання людини найвищою суспільною цінністю відобразилося у багатьох філософських трактатах, але лише у XX столітті вдалося віднайти спосіб виписати та прийняти один із найважливіших документів людства, найбільше досягнення правової думки - **Загальну декларацію прав Людини,** проголошену Генеральною Асамблеєю ООН. Її зміст є путівником у світі намірів та завдань усіх народів та держав, а отже цілком справедливо може бути названий міжнародним стандартом у сфері прав людини.

Існування міжнародних стандартів прав людини є визнаним доктриною міжнародного права. Так, у 1986 році Генеральна Асамблея ООН прийняла Резолюцію 41/120 „Встановлення міжнародних стандартів прав людини", в якій закріплено їх значення та загальне розуміння. Під час розробки міжнародних документів у галузі прав людини держави повинні: а) узгоджуватися з існуючим переліком міжнародно-правових норм у галузі прав людини; б) мати фундаментальний характер і будуватися на притаманній людській особистості гідності й цінності; с) бути достатньо чіткими для того, щоб виступати джерелом прав і обов'язків, які піддаються визначенню і здійсненню; d) передбачати, де це доцільно, реальний і ефективний механізм реалізації, включаючи системи надання доповідей; е) користуватися широкою міжнародною підтримкою.

Беручи до уваги вищевикладене, сприймаючи міжнародний стандарт як термін, що системно увійшов до правової буденності, спробуємо виділити його характерні ознаки. Це зокрема: *нормативність, еталонність (зразковість), загальне визнання, фундаментальність, тривалість дії, забезпечується юридичним механізмом норми.* Окрім того, міжнародний стандарт забезпечується *можливістю застосування міжнародного впливу та контролю*. З огляду на вищенаведене, міжнародні стандарти слід розглядати як створені суб'єктами міжнародного права зразкові, загальновизнані, фундаментальні правила нормативного регулювання міжнародних відносин, що ґрунтуються на загальних принципах міжнародного права, перевірені часом та забезпечуються відповідним юридичним механізмом.

СИСТЕМА МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Талько М.О., магістр ФМУ-51, Національний університет ДПС України
Науковий керівник: к.е.н., доцент Першко Л.О.

Соціально – економічний розвиток держав і окремих регіонів, галузей у XXI ст. визначається особливостями прояву двох суперечливих тенденцій: інтеграція і глобалізація, викликаних високими темпами науково – технічного прогресу і його досягнень, розширенням області застосування інформаційних технологій, удосконаленням засобів зв'язку, розвитком ідивідиумів, прагнення до пізнання, спілкування, обміну і підвищення якості життя.

Процеси, що відбуваються, свідчать про те, що глобалізація заміняє конкуренцію між країнами і регіонами на конкуренцію між виробниками, втягує в міжнародний поділ праці широке коло підприємств. Міжнародні корпорації впевнено демонструють свої досягнення і здатність протистояти різним несприятливим факторам. Для багатьох підприємців України конкуренція на міжнародному рівні – це майбутнє. Але вже зараз у наслідок відкритості кордонів виробник отримав можливість здобувати матеріальні і трудові ресурси там, де вони відповідають його уявленням про якість і ціну, переміщувати стадії виробничих процесів в інші країни, якщо витрати на координацію діяльності нижчі за одержувані вигоди, реалізувати свою продукцію там, де він вважає доцільним [3].

Глобалізація економіки припускає посилення зв'язків і взаємодій між державами і організаціями, які перетворює світову економіку в цілісну систему. В результаті глобалізації рішення і дії в одних частинах світу впливають на ситуацію в різних країнах, у виробленні міжнародних стандартів. Процес глобалізації змушує учасників міжнародних економічних відносин підкорятися єдиним стандартам поведінки, формувати нові інноваційні стратегії розвитку і є найважливішою передумовою прискорення розвитку теорії і практики міжнародного менеджменту.

Посилення інтеграційних процесів створює базу для переміщення і широкого використання досягнень міжнародного менеджменту в різних країнах світу і регіональних центрах, формує умови для підвищення ефективності всіх суб'єктів господарської діяльності.

Основним суб'єктом управління міжнародною діяльністю є міжнародні корпорації. Величезні економічні ресурси найбільших компаній дозволяють їм здійснювати всесвітню виробничо – фінансово – комерційну і науково – технічну діяльність.

Одним з найбільш важливих і необхідних структурних підрозділів сучасних міжнародних корпорацій є корпоративна розвідка, діяльність якої пов'язана з необхідністю ретельного маркетингового дослідження конкурентного середовища і використання конкурентної розвідки як інструмента досягнення конкурентних переваг [1]. За останнє десятиріччя конкурентна розвідка стала дуже розповсюдженим заняттям як провідних ТНК, так і багатьох локальних компаній і маловідомих фірм. IBM, Microsoft, Xerox, Intel і багато інших корпорацій зробили конкурентну розвідку одним із основних видів своєї діяльності.

Глобалізація значно загострює міжнародну конкуренцію, а її наслідком є створення транснаціональних корпорацій та формування нової культури у взаємовідносинах структурних підрозділів корпорації. Успіх транснаціональної інтеграції значною мірою визначається рівнем вирішення проблем управління персоналом, зокрема тих, які пов'язані з мотивацією праці.

Процес інтеграції й глобалізації неминучий і він, об'єктивно, стимулює створення транснаціональних корпорацій, при утворенні яких важливо збагнути логіку представників різних культур і не піддавати критиці їхнє сприйняття світу та ті чи інші позиції, пов'язані із методами організації бізнесу. Тому важливе завдання міжнародного менеджменту полягає у формуванні інтеркультурної комунікативної компетенції, що приведе до збагачення світового досвіду і сприятиме оптимізації взаємовідносин суб'єктів міжнародного ринку. У цьому контексті необхідно здійснювати системну підготовку, щоби наслідком одержати діалог культур та поєднання національного із міжнародним і, таким чином, досягти співпраці на користь цивілізації, а не тільки окремої корпорації [2].

Список використаних джерел:

1. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. М., 2001.
2. Шамборовський Г.О. Соціально-економічна ефективність європейської економічної інтеграції: [монография] / Г.О.Шамборовський. — Львів: РАСТР-7, 2008. — 211 с.
3. Чернега О. Б. Международный менеджмент. К., 2007.

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ЯК ФОРМА ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Першко Л.О., к.е.н, доцент, Національний університет ДПС України

Процеси глобалізації на ринку зумовлюють потребу у виборі певного шляху, яким має крокувати компанія для того, аби залишитися в бізнесі**.** Сьогодні серед різноманітних форм співробітництва надзвичайно привабливими представляються стратегічні альянси, які сприймаються як засіб збільшення можливостей розвитку підприємства.

Аналізу створення стратегічних альянсів, їх перевагам та недолікам присвячено чимало досліджень учених і практиків, зокрема роботи У.О. Іванової, Т. В. Каленської, В.Г. Кузнєцова, Є. О. Романова, С. М. Шаврука та інших науковців.

Стратегічні альянси є найперспективнішою формою інтеграції компаній, саме вони з усіх можливих форм опинилися в центрі уваги ТНК у 90-ті рр. XX ст. Прогнозується, що в XXI ст. вони перетворяться на найважливіший інструмент конкурентної боротьби. Створення альянсів є одним з найбільш швидких і дешевих шляхів реалізації глобальної стратегії.

Стратегічний альянс – угода про кооперацію двох або більше незалежних фірм для досягнення певної комерційної мети, для отримання певної комерційної мети, для отримання синергії об'єднаних і таких, що взаємодоповнюють один одного, стратегічних ресурсів компаній [1, с. 176].

Стратегічні альянси довели свою важливість не тільки для національного, але і для багатонаціонального бізнесу, а також і в цілому для економіки залучених до них держав. Розвиток альянсів і партнерських відносин набув в даний час і досягне в майбутньому набагато більшого розквіту, чим було в минулому.

Необхідно виділити особливості, притаманні стратегічним альянсам: це угоди про співпрацю між фірмами, що йдуть далі звичайних торговельних операцій, але не приводять до злиття компаній; стратегічні альянси засновані на укладенні середньо- або довгострокових; дво- або багатосторонніх угод на певний термін, вони розпадаються, коли необхідність в об'єднанні зникає; альянс, як правило, не є самостійною юридичною особою; компанії можуть бути учасниками безліч стратегічних альянсів.

За сферою діяльності стратегічні альянси умовно можна поділити на три види: з реалізації проектів НДДКР; з організації спільного виробництва; з сумісного освоєння нових ринків [1, с. 176].

Найбільшого поширення набули альянси, що створюються з метою співпраці у сфері НДДКР – на сьогодні до цієї групи входить більше ніж половина всіх стратегічних союзів.

Переваги для фірм, що вступають в стратегічний альянс, полягають в економії на багатьох видах виробничих витрат; в отриманні нових знань;у зменшенні ризиків в діяльності; у доступі до матеріальних і нематеріальних активів партнерів по стратегічному альянсу та до нових ринків. Усі ці переваги можуть проявитися не тільки в довгостроковому, але й у короткостроковому періоді.

Стратегічні дослідження альянсів виявили чотири основні проблеми створення альянсів або чотири причини розпаду альянсів [4, с. 28]:

- розмір альянсів - в окремих випадках розмір мережі альянсів має велике значення: чим більше партнерів у альянсі, тим краще. Але кожна компанія має обмежені ресурси, а отже повинна погодитися на обмежену кількість партнерів;
- якість членів системи - партнери повинні доповнювати можливості одне одного. Результатом вдало підібраних членів альянсу стала версія PDA (Personal Digital Assistant), розроблена альянсом за головуванням Apple. У цьому приладі об'єдналися кілька успішних розробок: комп'ютерні комунікації, комунікаційні можливості мобільних телефонів, розмір і стиль електроніки. Одна компанія не змогла б це все зробити так само добре. Тому Apple запропонував технологію, Advanced risk machines – чіпи і Sharp – дизайн. Apple надав свою торгову мережу;
- внутрішня конкуренція - це те, що може зламати будь-який стратегічний альянс. Але за умови правильного утворення альянсу вона не повинна виникнути – члени мають доповнювати одне одного, а не конкурувати. Так зробили Ксерокс та Фуджі. Фуджі має право використовувати технології Ксерокс тільки на ринках, які покриває альянс цих двох фірм;
- проблеми управління системою альянсів - структура управління диктує процес управління [2, с. 133].

Багато альянсів розпадаються або ліквідуються, якщо один із партнерів приймає рішення про придбання іншого.

Необхідно зазначити, що альянс повинен виконувати чотири основних критерії для кожного партнера: він має додавати вартість; давати можливість для навчання; захищати і збільшувати основні компетентності і конкурентні переваги; давати можливість для операційної гнучкості, необхідної для того, щоб підприємство було успішним.

Отже, однією з нових форм організації діяльності ТНК є транскордонні стратегічні альянси (ТСА), розвиток яких значно вплинув на зміни в структурі багатьох галузей. З часу виникнення транскордонних стратегічних альянсів у високотехнологічних галузях їхня кількість постійно зростає швидкими темпами.

На початку виникнення стратегічних альянсів, вони були більшою мірою внутрішньо регіональними. На сучасному етапі вони набули транскордонного характеру. Найактивнішими регіонами щодо створення ТСА були і залишаються США (49%), Західна Європа (28%) та Східна Азія (9%). Останніми роками істотно змінюється структура ТНК-учасниць ТСА, значно посилюється роль компаній з Китайської Народної Республіки. У результаті дослідження виявлено певні відмінності в спеціалізації ТСА по регіонах. Найбільш інноваційно насиченими є ТСА, які створюються між американськими та європейськими ТНК, а для азійських компаній більш характерним стає створення виробничих ТСА [3, с. 114].

Отже, стратегічні альянси ТНК характеризуються динамічним розвитком упродовж останніх десятиліть. Ця тенденція відбувається в основному в результаті зростаючої кількості ТСА у високотехнологічних галузях. Транскордонні стратегічні альянси відіграють важливу роль у створенні переваг власності компаній. Передусім, вони значно впливають на формування нових знань, рівень якості продукції, а також й інші переваги.

Список використаних джерел:

1. Формування стратегічних альянсів у міжнародному економічному просторі. Станів К.М. // Держава та регіон (серія «Економіка та підприємництво»), 2009. – 3. – С. 175-179.

2. Сучасні тенденції формування міжнародних стратегічних альянсів / Т. В. Каленська // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. - Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин. - Випуск 64, частина ІІ. – 2007. - С.132-133.

3. Транскордонні стратегічні альянси: економічна природа та тенденції розвитку. В.Г. Кузнєцов, У.О. Іванова // Вісник Хмельницького національного університету, 2009. - 4, т. 1. – С.111-116.

ПРЯМІ ІНВЕСТИЦІЇ З УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН

Забашта С.О., магістр ФМУ-51, Національний університет ДПС України
Науковий керівник: к.е.н., доцент Першко Л.О.

На сучасному етапі загальновизнано, що інвестиції є важливим ресурсом функціонування й розвитку економік, особливо країн, що розвиваються, які не мають у достатніх обсягах власного капіталу. Більше того, світова практика показує, що інвестиції (за звичай прямі іноземні інвестиції) є не тільки джерелом фінансування виробництва, але і його нарощування на основі факторів інтенсифікації, модернізації, інновацій, підвищення ефективності використання ресурсів і менеджменту. Дана тема є досить актуальною оскільки на відновлення після кризової економіки України необхідна значна кількість фінансових ресурсів. Маючи нестачу бюджетних коштів, значні запозичення, єдиним виходом залишаються інвестиції в економіку країни.

Широкий спектр теоретичних і методологічних питань в інвестиційній діяльності досліджені в працях таких учених і фахівців: И. Ансоффа, Р. Вернона, А. Мовсесяна, В.П. Колесова, П. Фішера, Е. Кочетова, В.Н. Савчука, Ю.В. Макогона, А.С. Філіпенка, Г.О. Харламова, Є.В. Савельєва, О.І. Волкова, Т.В. Орєхова, Ю.В. Шишкова та ін.

Характеризуючи сучасний стан інвестицій в Україні, можна зазначити, що на даний момент наша держава не здобула серйозних досягнень у забезпеченні національної конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. При розрахунку індексу глобальної конкурентоспроможності України, беручи до уваги розвиток таких економічних параметрів, як інституції, інфраструктура, макроекономіка, охорона здоров'я, освіта, ефективність ринків, технологічне оснащення, бізнесове середовище та інноваційну сферу, наша держава, згідно з оцінкою Всесвітнього економічного форуму знизилась з 69-ї до 73-ї позиції із 131 країни світу.

Розглянемо динаміку відпливу інвестицій з України (Рис.1). Відповідно до якого ми спостерігаємо збільшення прямих інвестицій з України, збільшення вивезення капіталу з України у 2008 році на 5953,3 млн дол. США (25 разів) можна пояснити як політичною кризою в Україні, так і зміцненням вітчизняного бізнесу, який без втручання державної влади ефективніше розвивався, але не мав гарантій збереження зароблених коштів.

Рис. 1. Динаміка прямих інвестицій з України 1995 – 2010 роки

Джерело: Економіст, 2010. - №11. – С.30. Дані наведено наростаючим підсумком з початку інвестування

Отже, проаналізувавши динаміку прямих інвестицій з України, ми бачимо, що наша держава спрямовує їх в економіку інших держав, а це означає, що йде відплив капіталу. Розглянемо основні країни в які здійснюється інвестування з України (Табл. 1.).

Таблиця 1.

Прямі інвестиції з України в економіку країн світу

	Обсяги прямих інвестицій за 2010 рік (млн.дол. США)	У % до підсумку
Усього	6223,3	100,0
Кіпр	5872,6	93,2
Російська Федерація	141,5	2,3
Польща	47,7	0,8
Грузія	32,7	0,5
Латвія	32,6	0,5
Казахстан	27,7	0,4
Вірґінські Острови, Британські	20,8	0,3
Інші країни	115,6	2,0

Джерело: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/makro_pokazniki/ukr/2992.html

Отже, найбільше прямих іноземних інвестицій з України спрямовується в Кіпр. Тобто, капітал вивозиться в офшорні зони, а це близько 93% всіх інвестицій з України. В Україні спостерігається несприятливий інвестиційний клімат, який спричинений соціально-політичною і макроекономічною нестабільністю. Тому нам потрібно вжити ряд заходів для того щоб збільшити надходження прямих іноземних інвестицій в Україну і зменшити вивезення капіталу, а саме: включення в інвестиційний процес як державних, так і приватних ресурсів; залучення іноземних партнерів (використовувати зарубіжний досвід); вдосконалити законодавчу базу; створити систему гарантій стабільності для забезпечення довгострокового фінансування інвестиційних проектів; створення нових організаційних форм інтеграції фінансового і промислового капіталу; розробка і упровадження регіональних програм інвестування; спрощення процедури створення нових підприємств; розроблення методики стимулювання іноземних інвестицій.

ЗМІСТ

ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Чепульський С.Г. МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУМСЬКОМУ РЕГІОНІ 3
Косенко Я.В. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗАКРИТОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА "МАЯК" 4
Гринь С.Л. ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ КОРМОВИХ ДОБАВОК ДЛЯ ВЕЛИКОЇ РОГАТОЇ ХУДОБИ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ СТАНУ ТВАРИННИЦТВА УКРАЇНИ....5
Дяченко О.В. ОБГРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК (НА ПРИКЛАДІ ВАТ “КОНОТОПСЬКИЙ ХЛІБОКОМБІНАТ”) 6
Колодка Т.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЯЛОВИЧИНИ З УРАХУВАННЯМ ВІДГОДІВЕЛЬНИХ ОЗНАК РІЗНИХ ПОРІД БИЧКІВ 7
Тарасенко О.І. ПРОБЛЕМИ ПЛОДООВОЧЕВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ СОРТУВАЛЬНОЇ ТЕХНІКИ 8
Іллєнко О.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ВАТ «КРОЛЕВЕЦЬКИЙ ХЛІБОЗАВОД»....9
Лях С.Ю. ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 10
Мурачова Н.В. ЗНАЧЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ЗЕД 11
Гасич Л.О. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА....12
Калачевська Л.І. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ....13
Кабанець О.В. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН....14
Бабич Н.І. ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА....15
Нестеренко О. АНАЛІЗ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ КОРІВ НА ПРИКЛАДІ ГОСПОДАРСТВА «ПІСКІВСЬКЕ» ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ 16
Стаднік Д.О. СУТНІСТЬ І ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА....17
Литвин О.І. НЕОБХІДНІСТЬ ТА ВАЖЛИВІСТЬ ПРОЦЕСУ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ....18
Строченко Н.І., Бабич О.І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ 19
Володіна Н.І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 20
Голуб В.В. СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 21
Губіна В.Ю. СУТНІСТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ РОЛЬ У ВИРОБНИЧОМУ ПРОЦЕСІ 22
Дера О.В. НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА....23
Заїка І.В. ДЕЯКІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ....24
Ільченко О.В. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ТРАНСПОРТУВАННЯ КАРТОПЛІ В МЕЖАХ УКРАЇНИ....25
Карпець М.В., Брага Є.О. ПРОБЛЕМИ СТАНДАРТИЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ....26
Кульбіда А.В. ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ І ВІДТВОРЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ – ОСНОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА....27
Лазоренко К.С. ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ 28
Лозинська І.В. ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АПК 29
Мазій І.М. ДИНАМІКА КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ОСНОВНІ ФОНДИ СУМЩИНИ 30
Мазій В.М. РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗЕД 31
Омельченко Ю.П. ЯКІСТЬ – ОСНОВНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ....32
Паненко А.М. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ 33
Пономаренко М.І. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА....34
Руденко Л.І. ХАРАКТЕРНІ РИСИ СУЧАСНИХ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ....35
Сергієнко О.С. ОПЛАТА ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ 36
Сергієнко О.С., Колодка Я.В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА УКРАЇНИ 37

Слободенюк А.С. ОБГРУНТУВАННЯ КОНТРОЛІНГУ, ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЯХ 38
Стеценко І.В. СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВАТ «СУМСЬКИЙ ЗАВОД НАСОСЕНЕРГОМАШ» 39
Крючко Н.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВА 40
Холодьон О.В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 41
Кобрін Ю.В. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 42
Смоляров Г.А. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ 43
Агаджанова С.В. ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В СНАУ 44
Долгіх Я.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧІ ОПТИМІЗАЦІЇ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАПАСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА УМОВОЮ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЇЇ ЦІНИ 45
Сергієнко В.А. ОСОБЛИВОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ ТРАЄКТОРІЇ НАВЧАННЯ 46
В'юненко О.Б. ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ автоматизованого моніторингу ДЛЯ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АГЕНТ-МЕНЕДЖЕРІВ 47
В'юненко О.Б., Зоренко О.І. ОРГАНІЗАЦІЯ ЄДИНОЇ АРХІТЕКТУРИ ДОДАТКІВ ЕЛЕКТРОННОГО МОНІТОРИНГУ РЕГІОНУ 48
Курило А.О. РЕАЛІЗАЦІЯ КОМПОНЕНТІВ АРМ МЕНЕДЖЕРА НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 49
Антонченко М.О. АВТОМАТИЗАЦІЯ ФУНКЦІЇ КОНТРОЛЮ В ОРГАНАХ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ 50
Дутченко О.М., Рубан М.М. ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТА ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ 51
Смоляров Ю А. ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 52
Виганяйло С.М. ОПТИМАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ 53
Виганяйло С.М., Виганяйло І.В. ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ПТАХІВНИЦТВА 54
Зоренко О.І., В'юненко О.Б. ВИМОГИ ДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОДУЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ 55
Зоренко О.І. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОДУЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ 56
Рубан М.М., Дутченко О.М. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ 57
Єроха Б.С. ЕЛЕКТРОННА СИСТЕМА «КОНТРОЛЬ» ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ СТАНУ ВИКОНАВСЬКОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНИХ АДМІНІСТРАЦІЙ 58
Дорофєєва О.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМ ПРОЦЕСОМ АВТОСТАНЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ 59
Пашко С.П. ЗАХИСТ ВІДВІДУВАЧІВ ВЕБ-САЙТУ ВІД НЕБЕЗПЕЧНИХ РЕСУРСІВ 60
Пашко С.П. МАРКЕТИНГОВОЕ РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ДЛИННЫХ URL-АДРЕСОВ В WEB 2.0 61
Нонко Д.Ю., Самойленко О.С. ПІДХІД ДО ЗРУЧНОЇ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ ДО БАЗИ ДАНИХ MYSQL ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ З MS EXCEL 62
Лісунов О.С., Воєводін Ю.В. АВТОМАТИЧНе ОНОВЛЕННЯ АНТИВІРУСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОМП'ЮТЕРНИХ МЕРЕЖах НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ 63
Євдокименко І.С. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ 64
Власкіна І.І. СИСТЕМА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ СТОСОВНО ПОЛІТИКИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА 65
Попович Н.П. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР В УМОВАХ ТОВ «АФ ХОРУЖІВКА», СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ, НЕДРИГАЙЛІВСЬКОГО РАЙОНУ 66
Коропок Ю.І. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ОСНОВІ ERP-СИСТЕМИ 67
Боряк М.М. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ЗЕРНА НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 68
Макаренко А.В. ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ 69
Редковець В.С. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 70
Зубаренко Р.Є. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ПЕРЕРОБНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 71
Вавулін О.І. РОЗВИТОК ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНОВИХ ТА ЗЕРНОБОБОВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ГОСПОДАРЮВАННЯ 72
Козіка Д.С. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ 73

Козіка Д.С. ВПЛИВ ТРАНСПОРТНОГО ФАКТОРА НА РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ТОВАРІВ....74
Глазун В.В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ....75
Вощенко О.О. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ЗДОБУТТІ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ....76
Винник А.А. ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЦТВА І ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ....77
Власкіна І.І. ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ЛОГІСТИКИ....78
Власенко М.Г. ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРОДУКЦІЇ АПК....79
Галіченко О.В. ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ....80
Гужвенко С.М. РОЗВИТОК ПЛАНОВОЇ СИСТЕМИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ....81
Гуляєв І.О. СУТНІСТЬ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ....82
Долгих О.М. АУТСОРСИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАХІД ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ АВТОПАРКУ....83
Зубко Л.П. ЛОГІСТИЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ СУЧАСНОГО ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА....84
Ковтун П.В. ЛОГІСТИЧНИЙ ПРОЦЕС НА СКЛАДІ....85
Коломієць В.В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА....86
Комісар С.Б. КРЕДИТУВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ....87
Маслак О.М. РОЗВИТОК БІРЖОВОЇ АГРАРНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ....88
Мороз С.М. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІТИКИ ІНТЕГРОВАНОГО СІЛЬСЬКОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ....89
Неценко С.М. ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ЛОГІСТИКИ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ....90
Ніколаєвець А.Ю. МИТНА ЛОГІСТИКА В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ....91
Ковбаса О.М. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ БІЗНЕСІ....92
Ольвач В.І. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ СВІТОВОГО ПОПИТУ НА ЗЕРНО....93
Пилипкова А.С. ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ....94
Приходько Н.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА....95
Ткачова А.В. ТРАНСПОРТУВАННЯ, ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНА ОБЛАСТЬ ЛОГІСТИКИ....96
Пономаренко Н.М., Полтавський С.К. РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ....97
Галушко О.О. ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНИХ КООПЕРАТИВІВ....98
Сергієнко В.О. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В УКРАЇНІ....99
Дубовик С.Г. САМОМЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ....100
Заболотна Т.М. ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ПІДХІД В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ....101
Кононенко Р.М. МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ....102
Ксенофонтова М.М. ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ТИПУ ОРГАНІЗАЦІЇ....103
Кунда В.О. СТРУКТУРА ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ....104
Нєсвєтова С.В. ПСИХОЛОГІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ....105
Стоволос Н.Б. ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ УСПІШНИХ СТРАТЕГІЙ І СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ....106
Щербак О.Г. МЕТОД ВИМОГ В СИСТЕМІ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУЗУ....107
Драбчук Т.І. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ....108
Голобородько Г.П. МОЖЛИВОСТІ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У НАДАННІ ПУБЛІЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ....109
Баценко Л.М. ОЦІНКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ....110
Ігнатенко О.М. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИЙОМУ ПЕРСОНАЛУ У ФІРМІ....111
Ананко О.А. КЛАСИФІКАЦІЯ ВАЖЕЛІВ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ....112
Бабкін О.В. УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ....113
Брага Є.О. МИСТЕЦТВО УПРАВЛІННЯ....114
Бурих І.Ю. МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ....115
Володіна Н.І. БЕНЧМАРКІНГ, ЯК МЕТОД АНЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДРИЄМСТВА....116
Голуб В.В. КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ....117

Дмитренко Ю.В. ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ 118
Дубовик Т.Ю. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ – СУТНІСТЬ ТА ПРОЦЕСИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ 119
Карпець М.В. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ 120
Кибкало Ю.Г. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СІЛЬСЬКО-ГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА....121
Колодка Я.В. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІІ В НАВЧАННІ....122
Корнієнко Ю.Б. СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ МЕНЕДЖЕРА....123
Корощенко Н.Р. АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО РОЗУМІННЯ ОСОБИСТОСТІ....124
Кук О.М. ПРОБЛЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ 125
Полозова Т.В.УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО – КОМУНІКАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ....126
Майборода Ю.М. МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ....127
Павлючек В.О. ПРОФЕСІЯ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ....128
Пищик О.О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НАДАННЯМ ПОСЛУГ В ВАТ «СУМИОБЛЕНЕРГО»....129
Кучкова О.Ф. ПРИЧИНИ КОНФЛІКТІВ В МОЛОДИХ СІМ'ЯХ....130
Пономаренко М.І. ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТТЮ ПІДПРИЄМСТВА....131
Прасол О.О. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ 132
Тіщенко А.В. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 133
Ременюк С.А. ПОКРАЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ 134
Гречаний В.М. ЗЕМЕЛЬНІ ПИТАННЯ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 135
Сергієнко О.С. ОСОБЛИВОСТІ УСПІХУ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ....136
Сердюк А.Л. УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ....137
Скиртач І.В. НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ПЕРШООУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ОРГАНІЗАЦІЇ 138
Скорик М.А. ВИВЧЕННЯ ПІДХОДІВ ПРО ВПЛИВ СВІДОМОГО ТА НЕУСВІДОМЛЕНОГО НА ПОВЕДІНКУ ЛЮДИНИ 139
Лукяненко М.С. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В МЕНЕДЖМЕНТІ....140
Шиян О.І. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ВАТ «ЦЕНТРОЛИТ» М. СУМИ 141
Ясенок С.О. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМОЮ, ЯК ІНСТРУМЕНТОМ МАРКЕТИНГУ 142
Юрченко Р.А. НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА....143
Штика С.М. ПОЗИТИВНІ ТА НЕГАТИВНІ СТОРОНИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМСТВАХ 144
Шульженко А.О. РОЗВИТОК ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ....145
Школьна Н.С. ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В СІЛЬСЬКО-ГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ....146
Шиян О.І. ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА....147
Чміленко О.Л. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ....148
Цюх Н.В. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА....149
Хоружий А.А. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА....150
Фотін О.В. ФОРМУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА, ЩО ФУНКЦІОНУЄ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ 151
Федченко С.А. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 152
Субота М.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ 153
Ступакова С.Ю. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА ЗАСОБІВ РОЗШИРЕННЯ РИНКІВ ЗБУТУ СУБЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 154
Струцька І.О. МЕНЕДЖМЕНТ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ....155
Степанченко З.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ПРОДУКЦІЇ СВК АГРОФІРМА «ПЕРШЕ ТРАВНЯ» 156
Соколова Г.С. УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВИРОБНИЦТВА АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГІЇ 157
Слабоспицька О.Ю. ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ РОСТУ 158
Сергієнко Ю.С. ВАЖЛИВІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА....159
Северин Ю.С. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЇХ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ 160
Химченко О.В. ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА....161
Попик Т.Є. ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ. 162
Поліщук В.В. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ....163

Распопов Т. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗЕД В УКРАЇНІ 164
Поденежна С.С. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ 165
Побатова О.В. ОБГРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ЩОДО ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ 166
Пилипкова А.С. ЄВРОЛОГІСТИКА ТА УКРАЇНА 167
Носок Є.П. ОБГРУНТУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ 168
Непипенко В.М. ФОРМИ ПРОЯВУ СИНЕРГІЇ ПРИ ПОГЛИНАННІ ТА ЗЛИТТІ КОМПАНІЙ 169
Мельник Л.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ АГРОПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ПРИ ВИХОДІ НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК (на прикладі ТОВ АФ «Хоружівка» Недригайлівського р – ну Сумської обл. с.Хоружівка) 170
Костик О.В. УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 171
Корнієко О.О. РОЗРОБКА ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПЛАНУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗЕД 172
Капорін О.М. ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ ТОВ ”ГОРОБИНА” НА СВІТОВИЙ РИНОК 173
Калашніков В.С. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ СЕРТИФІКАЦІЯ 174
Захарченко Н.С. МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ ЩОДО ПОСИЛЕННЯ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ 175
Зарько Т.П. РИЗИКИ В ЗОВНІШНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ СТРАХУВАННЯ 176
Заводовська О.Ю. ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДП «БОРЗНЯНСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО» 177
Грінченко Є.М. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНІЗАЦІЯХ-СУБ’ЄКТАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 178
Горкава О.М. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА СПРИЯННЯ СТВОРЕННЮ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ 179
Васильченко О.В. СУТНІСТЬ ТЕОРІЇ ТА МЕТОДІВ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ 180
Василевський В.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ВСІХ ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКЦІЇ 181
Вітітнєва Г.Ю. ПРОСУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК 182
Божко І.М. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ 183
Білецький С.А. ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ 184
Ісмаілов І.І. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ДО ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ 185
Затула А.В. ПЕРСПЕКТИВА ВИХОДУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ 186
Полєщук Н.М. УПРАЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА 187
Горетий А.М. ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ТА СПОСОБИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ 188
Калінічук А.Ю. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ І ОРГАНІЗАЦІЯХ 189

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

Жмайлов В.М. ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОНЦЕПЦІЙ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВОМ 190
Полозова Т.В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ГОРОБИНА» 191
Остапенко А.М. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ 192
Максимова Н.О.,РОЛЬ ПОДАТКІВ В ПРОЦЕСІ РОЗШИРЕНОГО ВІДТВОРЕННЯ 193
Герасимчук Ю.В. СУЧАСНИЙ СТАН НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ УКРАЇНИ 194
Гуцал Т.Г. ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 195
Копиця А.В. КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА 196
Косенко Ю.М. СУТЬ ТА МІСЦЕ ФІНАНСОВОГО РИЗИКУ У СИСТЕМІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 197
Кузьмінова М.В. СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТРАХУВАННЯ 198
Липчей М.І. ПРИНЦИПИ БЮДЖЕТНОЇ ТА КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ 199
Мащенко Н.М. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ 200
Плева Ю.В. ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 201
Роменець О.М. КРЕДИТ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ АКТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ 202
Тарельник Н.В. ПОБУДОВА СТРАХОВИХ ТАРИФІВ 203

Троценко О.М. ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 204
Фрей В.В. САНАЦІЯ, ЯК СИСТЕМА ЗАХОДІВ, СПРЯМОВАНИХ НА ВИВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ КРИЗОВОГО СТАНУ 205
Халіна О.О. СУТЬ ТА СТРУКТУРА ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ 206
Шалигіна І.В. ПЕРЕВАГИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ 207
Шкаляр С.В. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 208
Шпаченко А.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ФОНДОВОГО РИНКУ 209
Ященко Ю.С. ЛОМБАРДСЬКИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ 210
Лебедєва А.В. ВАЛЮТНИЙ РИНОК ТА ЙОГО МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ 211
Ткаченко Ю.О. ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНІМИ АКТИВАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ 212
Кобзар В.І. ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ АПК 213
Райда Т.В. ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ФОРМУВАННЯ 214
Пономаренко К.В. ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ 215
Роспутько Ю.М. ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....216
Петренко С.Б. ПРОБЛЕМИ ЗДІЙСНЕННЯ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 217
Кравченко М.О. БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ 218
Покришка Л.О. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО 219
Вовк М.М. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 220
Резник М.М. ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ 221
Кузьменко О.С. ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА 222
Трачук Р.М. ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ВАЛЮТНОГО РИНКУ 223
Підгайко Ю.А. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ 224
Надворна К.О. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА 225
Моршна А.О.ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ 226
Військова Я.О. ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ З УРАХУВАННЯМ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....227
Завадська В.В. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ 228
Гринович А.І. ОЦІНКА РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ.....229
Рудакова С.В. РОЗРОБКА АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ 230
Мінасян В.А. СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ 231
Глоба М.В. ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 232
Лавріненко Т.С. ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 233
Тимошенко Т.І. КОШТОРИСНЕ ФІНАНСУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ 234
Пінчук К.П. ПРИНЦИТИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 235
Болобан А.Г. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ СІЛЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....236
Цикало О.М. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 237
Демченко Г.Г. ДЕПОЗИТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ 238
Золотухіна А.С. ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ТА БАНКРУЦТВО ПІДПРИЄМСТВА.....239
Марунич Т.М. ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІІ ПОЗИЧАЛЬНИКА 240
Подвезько Ю.В. ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ТА ДЖЕРЕЛА ІХ ФОРМУВАННЯ 241
Саларьов В.О. ПАСИВНІ ОПЕРАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ.....242
Сушко А.А. КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ 243
Гаджиєва З.О. ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ 244
Максименко О.В. ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ ВАТ НАСК «ОРАНТА» НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ 245
Остапенко І.С. ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ ЗАСОБІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....246
Кирута Г.О. УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У БАНКІВСЬКІЙ СПРАВІ 247
Пузина О.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ВАТ «ЛЕБЕДИНСЬКА ШВЕЙНА ФАБРИКА») 248
Соколенко Л.Ф. ВИПЛАТИ З ФОНДУ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ З ТИМЧАСОВОЇ ВТРАТИ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ ПО - НОВОМУ 249
Фурсенко І.С. АКТИВНІ ОПЕРАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ 250
Трухан А.М. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ 251

Холоша А.П. СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА СІЛЬСЬКО-ГОСПОДАРСЬКИХ ПІДРИЄМСТВАХ 252
Солодовник Ю.М. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 253
Соболь О.О. ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ ПРИБУТКУ....254
Скрипник Ю.В. АНТИІНФЛЯЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА ІНВЕСТИЦІЙНА АКТИВНІСТЬ 255
Бережна М.В. ВНУТРІШНІ МЕХАНІЗМИ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ 256
Акулов Є.О. ОРГАНІЗАЦІЯ КРЕДИТНИХ РОЗРАХУНКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 257
Столбун А.Ю. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ....258
Муквич В.О. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ 259
Білоног Л.М. ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: ЇХ СУТЬ ТА ФОРМУВАННЯ 260
Крючко Т.М. ОЦІНКА ТА ПЕРЕОЦІНКА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 261
Дегтяренко А.В. ПОМИЛКИ І ШАХРАЙСТВА, ВИЯВЛЕНІ АУДИТОРОМ: ДОКУМЕНТАЛЬНИЙ АСПЕКТ 262
Гончар В.П. ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ КОНТРОЛЕРІВ 263
Теслюк В.М. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК КАПІТАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ ВИТРАТ....264
Нестернко О.О. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І АУДИТУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 265
Вялкова Я.В. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ТВАРИННИЦТВА....266
Коряк М.В. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ РОСЛИННИЦТВА 267
Пасько О.В. ВПЛИВ ОНОВЛЕНИХ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ АУДИТУ НА ВАРТІСТЬ АУДИТУ 268
Фесюнов Є.Ю. ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ І РЕВІЗІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 269
Ільїн В.К. ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ 270
Баришполець М.С. ПЕРВИННИЙ ТА ЗВЕДЕНИЙ ОБЛІК ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ 271
Комишанська Л.В. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ГРОШОВИХ КОШТІВ 272
Цебенко О.С. ВНУТРІШНІЙ АУДИТ – ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 273
Єрмак А.Ю. ЗАБОРГОВАНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 274
Кусургашева О.М. СУТНІСТЬ І ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «АУДИТОРСЬКА ПРОЦЕДУРА» 275
Рудик А.О. ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ 276
Махітко М.В. ПРОБЛЕМИ СИНТЕТИЧНОГО ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ 277
Назаренко О.В. ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО АУДИТУ ПРИ ОДЕРЖАННІ ЗНАНЬ ПРО БІЗНЕС КЛІЄНТА 278
Голуб В.О. ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ....279
Марініна Н.О. ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: АНАЛІТИЧНИЙ ТА ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТИ 280
Ніколенко О.В. ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ....281
Клименко Є.О. ОБЛІК ПАЛИВА І ПАЛИВО-МАСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ....282
Коваленко М.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ЗГІДНО ВИМОГ ДІЮЧИХ СТАНДАРТІВ....283
Гордієнко М.І., Олексієнко І.О. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ 284
Лазуткіна Л.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОРЕНДИ В ОРЕНДАРЯ....285
Кириченко М.О. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ АДМІНІСТРАТИВНИХ ВИТРАТ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 286
Бабіч І.М. УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ....287
Шевченко К.Ю. АУДИТ ГРОШОВИХ КОШТІВ 288
Осінній О.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА 289
Середа Ю.З. ОБЛІК ВИТРАТ ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР....290
Горпинченко І.О. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ....291
Кривошей О.В. ОСОБЛИВОСТІ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ПОДАТКОВОМУ КОДЕКСІ ТА П(С)БО 292
Прокопенко А.М. АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ....293
Бондаренко С.М. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ 294

Харченко М.О. ОБЛІК І АУДИТ З РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДЧИКАМИ 295
Тютюнніков В.О. АНАЛІТИЧНИЙ ТА СИНТЕТИЧНИЙ ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ.....296
Левченко А.В. ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ВИТРАТ НА ПОСІВ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР 297
Левченко А.В. ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЯКОСТІ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР 298
Скорик О.Ю. ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ 299
Мелешко С.В. ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ОБЛІКУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....300
Полятикіна Л.І., Євтушенко О.М. АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 301
Грибиниченко О.О. ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ 302
Колдовська Є.В. ОБЛІК ТА АУДИТ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО ПАРКУ. 303
Сергеєв Ю.Г. ОЦІНКА ТА КАЛЬКУЛЯЦІЯ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ 304
Глушаченко А.І. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ 305
Шепель А.В. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....306
Телегунь М.І. ОБЛІК ВИДАТКІВ НА РЕМОНТ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ 307
Солоха Н.О. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ В ТВАРИННИЦТВІ.....308
Сірий І.Г. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА 309
Панченко О.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ШЛЯХОМ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ.....310
Кадацька А.М. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ.....311
Марчина Д.К. ВИРОБНИЧІ ЗАПАСИ: ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ 312
Максимович А.О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ НАЯВНОСТІ І РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ.....313
Близнюк Ю.В. ПІДХОДИ ЩОДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА 314
Гримайло Н.В. ОБЛІК ВИТРАТ ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ СОНЯШНИКА.....315
Бояринова І.О. ДО ПИТАННЯ ПОРУШЕННЯ КАСОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ: САНКЦІЇ ТА ШТРАФИ 316
Болмат Г.А. Класифікація оборотних засобів на підприємствах АПК 317
Муквич О.Ю. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПЕРСОНАЛОМ 318
Харченко М.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИБУТТЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ.....319
Калачнікова А.В. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АУДИТУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ.....320
Мішньова Н.А. ФОРМУВАННЯ КОШТІВ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ ТА ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ В НОВИХ УМОВАХ.....321
Дяченко Т.В. ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ І ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА 322
Школьна В.В. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ФОРМУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....323
Баранік О.О.ДО ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ У ПОДАТКОВОМУ КОДЕКСІ УКРАЇНИ.....324
Капорін В.І. ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНІ.....325
Бєдна А.О., Мішенін Є.В. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....326
Вировець С.В., Мішенін Є.В. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ 327
Закаблук О.С., Мішенін Є.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ 328
Дорда М.О. ПОНЯТТЯ ЯКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ, ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗНИКІВ І ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 329
Березка О.В., Вєчканова М.М. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА.....330
Чемерис М.С. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВА 331
Турчин Д.В., Пилипенко В.В. РОЛЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА 332
Скляр Ю.І. КРИЗОВИЙ СТАН В ГАЛУЗІ СВИНАРСТВА ТА ШЛЯХИ ВИХОДУ З НЬОГО 333
Крутуха М.О., Пилипенко Н.М. СТАН ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИКІВ НА ПРИКЛАДІ СВК «РОМАШКОВЕ» СЕРЕДИНО-БУДСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....334
Синенко Т.В., Пилипенко Н.М. СТАН ТА НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....335
Фролова Т.С., Пилипенко Н.М. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ 336
Чубата В.С. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА.....337

Авраменко С.А., Ковальова О.М. МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА 338
Бородай А.В., Ковальова О.М. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СТОВ «БАТЬКІВЩИНА» 339
Кривонос О.С., Ковальова О.М. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УРОЖАЙНОСТІ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ВАЛОВОГО ЗБОРУ СОНЯШНИКА 340
Гармаш Н.В. ЗНАЧЕННЯ АНАЛІЗУ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ 341
Глуходід Г.Ю. СУТЬ І ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 342
Бузова Я.Ю. ТУРИЗМ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ СЕКТОР УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ 343
Корнієнко Ю.Б. РОЗВИТОК СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННИХ ПЛАТЕЖІ В УКРАЇНІ 344
Корощенко Н.Р. АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ....345
Кучкова О.Ф. СУЧАСНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРАЦІ 346
Обозна В.В. ВСТУП УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ....347
Пісна Т.М. ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ПРИРОДНОЇ СТИХІЇ ДЛЯ ЯПОНІЇ І ВСЬОГО СВІТУ 348
Саливін С.О. РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ 349
Сигида Н.О. ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ МІЖ УКРАЇНОЮ І ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ 350
Скорик М.А. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В КРЕДИТУВАННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ....351
Сухоставець А.І. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ СЕЛА СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ....352
Товкус А.І. ВРАЗЛИВІСТЬ МОЛОДИХ СПЕЦІАЛІСТІВ НА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ 353
Мірошниченко М.В., Пізняк Т.І. ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА КОМУНАЛЬНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ 354
Теличко Ю.І., Пізняк Т.І. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОСЛИННИЦТВА....355
Зайцев Д.В., Сапич Н.М. ОПТИМІЗАЦІЯ КОРМОВОЇ БАЗИ....356
Сорока Ю. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ВСТУПУ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ 357
Жмайлова О.Г. ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІЙ КОНТРОЛЮ В ДІЯЛЬНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО АПАРАТУ 358
Шумкова О.В. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПОТРЕБИ РИНКУ ТА ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 359
Муштай В.А. БРЕНД, ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ДІЇ ТА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ. 360
Муштай В.А., Нагорна Т.А. ЗАХОДИ ПО ПІДВИЩЕННЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 361
Селезень О.М. РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ ТА РИНКУ ПРАЦІ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ СТРАТЕГІЙ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В УКРАЇНІ....362
Муштай В.А., Васильєв Р.В. ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 363
Барановська А.С. АНАЛІЗ ЯКОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВ....364
Галенін Р.В. СУТНІСТЬ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ....365
Лишенко М.О. МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА....366
Нечипоренко В.В. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В АГРАРНІЙ СФЕРІ 367
Макаренко Н.О. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИХ ВИРОБНИЧИХ ВІДНОСИН СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 368
Слюсарева Л.В. ЩОДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА 369
Макарова В.В. КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ УГІДЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ 370
Лопа С.А. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЛАНУВАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ....371
Кобилкін Д.О., Івченко Н.М. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ УРОЖАЙНОСТІ ЗЕРНОВИХ ТА ЗЕРНОБОБОВИХ....372
Павленко О.Л. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ 373
Носко Т.А. ОЦІНКА РИНКОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ СТРАХУВАННЯ 374
Кальченко Г.І. ЗАКОНОДАВЧО-НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА....375
Таранець С.В. СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ЛОГІСТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ 376
Василега В. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА....377
Кузін О.В. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ....378
Хорошуля Н.М. КОРПОРАТИВНИЙ ІМІДЖ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ....379
Дєдков Є.Г. ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРО МОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА....380
Хоменко А.В. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ....381

Шара О.В. ЗАВДАННЯ ВИРОБНИЦТВА М'ЯСА ВРХ ТА ЙОГО ОБЛІКУ 382
Хижняк Є.О. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ПРИ НАДАННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ 383
Заїка А.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПОКУПЦЯМИ....384
Куц Т.Ю. ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ В ТОРГОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 385
Рідченко А.О. РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В КОМПЛЕКСІ МАРКЕТИНГУ 386
Федірко Є.А. ІМІДЖ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 387
Галіч О.М. ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ 388
Резніченко Н.І.ВИДИ МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ 389
Карагодова Д.С. СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ 390
Титаренко Н.М. МАРКЕТИНГ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 391
Ковбаса І.Ф. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА....392
Швед О.А. МАРКЕТИНГ В БАНКІВСЬКІЙ СПРАВІ 393
Ситник В.В. ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТА ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА 394
Бойко В.М. МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА 395
Попова О.С. ЕФЕКТИВНІСТЬ КАНАЛІВ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА 396
Лазоренко А.О. ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ОПЛАТИ ПРАЦІ 397
Мартиненко С.В., Кобилкін О.М. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ МОЛОДНЯКУ ТВАРИН І ТВАРИН НА ВИРОЩУВАННЯ І ВІДГОДІВЛЮ 398
Чіпіжна І.В. НОВОВВЕДЕННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ 399
Радько К.І. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 400
Радько К.І. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ 401
Кравченко Ю.М. АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ ПОСТАЧАННЯ 402
Певна К.О. МЕДІА-ПЛАНУВАННЯ В РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 403
Максюта Б.В. ОБЛІК РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ 404
Лічман А.С. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 405
Шутько А.І. МЕРЕЖЕВИЙ МАРКЕТИНГ. ПЛЮСИ ТА МІНУСИ 406
Чичикало О.М. ПЛАНУВАННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ 407

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Ващенко К.М. ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ 408
Бондар Н.А. ІСТОРИКО ТЕОРЕТИЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКОНУ СЕРЕД ІНШИХ ФОРМ (ДЖЕРЕЛ) ПРАВА....409
Дегтярьова А.В. НАСИЛЬСТВО В СІМ'Ї ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ....410
Дегтярьова А.В. ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ 411
Деркач М.В. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ПРОЦЕСУАЛЬНИХ ПРАВОВІДНОСИН 412
Дідусенко А.О. СУЧАСНА ЮРИДИЧНА ОСВІТА В УКРАЇНІ 413
Єрьоменко М.С. ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ПРАЦІВНИКІВ. ПРОФЕСІЙНИ СПІЛКИ ТА ЇХ ПОВНОВАЖЕННЯ 414
Іваненко Д.Д. РЕЄСТРАЦІЯ У ПОЗЕМЕЛЬНІЙ КНИЗІ НІМЕЧЧИНИ ПРАВ НА ЗЕМЛЮ....415
Калюжна С.В. ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЮРИСТА....416
Шестерньов Д.О. ПРАВОВИЙ ІНСТИТУТ УПОВНОВАЖЕНОГО З ПРАВ ЛЮДИНИ....417
Хоменко Д.А. НЕДОЛІКИ ПРОЕКТУ ТРУДОВОГО КОДЕКСУ 418
Коробка О.С. ПРОБЛЕМИ БОРОТЬБИ ЗІ ЗЛОЧИНАМИ НА ДОРОГАХ УКРАЇНИ 419
Роговенко О.В. ПРАВОВІ АСПЕКТИ ІНТЕГРОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ДОВКІЛЛЯ ПРИБЕРЕЖНИХ ТЕРИТОРІЙ ТА АКВАТОРІЙ В США....420
Ткаченко В.В. ПРОБЛЕМИ КОМПЛЕКСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ 422
Шоломій Д.І. ПРОЕКТ ТРУДОВОГО КОДЕКСУ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН 423
Кузьменко Н.М. ВЕЛИКДЕНЬ 424
Шагивалиев Р., Ярова Ю. ПОЛИТИКО – ПРАВОВЫЕ ИДЕИ Т.ДЖЕФФЕРСОНА....425
Харченко І.І. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ЛЕКЦІЇ У ВИЩІЙ ШКОЛІ 426
Жмака І.М. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ПРЕС-РЕЛІЗУ....427
Клунко В. ТРУДНОЩІ ВЖИВАННЯ ПАРОНІМІВ....428
Шестакова С.О. ВЖИВАННЯ СУРЖИКУ В УСНОМУ Й ПИСЕМНОМУ МОВЛЕННІ....429
Циганок М.Г. УКРАЇНСЬКИЙ НАРОДНИЙ КАЛЕНДАР. ЛІТОЧИСЛЕННЯ 430
Рожкова Л.І. КОНСТИТУЦІЙНА РЕФОРМА І ЗМІНИ В ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ 431

Калюжна С.В. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО КРАСНОМОВСТВА ВИКЛАДАЧІВ В СУЧАСНІЙ ПЕДАГОГІЧНІЙ НАУЦІ 432
Клунко В.В. ПРОБЛЕМИ ЗВІЛЬНЕННЯ ВІД КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 433
Оніщенко В.О. ТЕОРІЇ ПОХОДЖЕННЯ ДЕРЖАВИ 434
Шестерньов Д.О. ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НОВОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ 435
Шестерньов Д.О. ПРОБЛЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ ЗЛОЧИННОСТІ В УКРАЇНІ....436
Шестерньов Д.О. ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПРАВА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ 437
Лісунова Ю.Ю. СУДОВА РЕФОРМА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СУДОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ 438
Трофімцева Ю. ДО ПИТАННЯ ПРО СУТНІСТЬ ТА ПОНЯТТЯ ПРАВОВИХ АКСІОМ. 439
Громико А.В. ПРОБЛЕМА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ МІЖ ДЕРЖАВОЮ ТА ОСОБОЮ-РЯТІВНИКОМ 440
Шеліган О.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО СТАТУСУ ЕКСПЕРТА В АДМІНІСТРАТИВНО-ДЕЛІКТНОМУ ПРОЦЕСІ 441
Котвяковський Ю.О. РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА УКРАЇНА 442
Ладика Ю.В. ЧИННИКИ, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЮ СОЦІАЛЬНИХ ГАРАНТІЙ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІВ ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ 443
Запара С.І. ДО ПИТАННЯ ПРО ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ МІЖНАРОДНОГО СТАНДАРТУ....444
Талько М.О. СИСТЕМА МІЖНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ....445
Першко Л.О. СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ЯК ФОРМА ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ....446
Забашта С.О. ПРЯМІ ІНВЕСТИЦІЇ З УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН 447