

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ**



**ФАКУЛЬТЕТ ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ ТА
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**II ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ТА
СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ»**

16-17 квітня 2015 рік

КИЇВ НУХТ 2015

Програма і матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку підприємств харчової промисловості», 16-17 квітня 2015 р. - К.: НУХТ, 2015 р. – 154 с.

Видання містить програму і матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції.

Розглянуто сучасні проблеми економічного та соціального розвитку підприємств харчової промисловості із дослідженням організації обліково-аналітичної, фінансово-інвестиційної, маркетингової діяльності із врахуванням їх галузевих особливостей. Це дозволить більш ефективно формувати та реалізовувати стратегії розвитку галузі з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду.

Результати досліджень та обговорень можуть бути використані в навчальному процесі та в подальших наукових дослідженнях .

Редакційна колегія: А.І. Українець (голова наукової конференції), Т.Л. Мостенська (заступник голови наукової конференції), О.В. Михайленко (відповідальний секретар), О.О. Шеремет, Т.А. Говорушко, О.П. Сологуб, Л.М. Чернелевський, Н.М. Салатюк, О.І. Драган, Г.А. Чередніченко.

Відповідальний за випуск канд., екон., наук, доцент О.О.Шеремет

Матеріали конференції надруковані в авторській редакції.

*Рекомендовано вченою радою НУХТ
Протокол №7 від 19 лютого 2015 р.*

©НУХТ, 2015

ПРОГРАМА КОНФЕРЕНЦІЇ

16 квітня 2015 року

9⁰⁰-10⁰⁰ - реєстрація та розміщення учасників конференції

10⁰⁰-13⁰⁰ - пленарне засідання, *аудиторія А-311*

1. Вступне слово. Про проведення II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку підприємств харчової промисловості»

Декан ОФПД, канд. екон. наук, доцент Шеремет О.О.

2. Подолання інерційності та детінізації сфери інтелектуальної власності.

Д-р.екон. наук, проф. Бутнік-Сіверський О.Б.

3. Фінансове регулювання страхового ринку України в сучасних умовах

Д-р. екон. наук, доцент Шірінян Л.В.

13⁰⁰-13³⁰ – перерва, кава-брейк

13³⁰-16³⁰ - робота секцій

Секція: 1. Сучасні підходи до організації інформаційного забезпечення аналізу і аудиту виробничо-господарської діяльності підприємств.

Голова секції – канд.екон.наук, проф. Л.М. Чернелевський, *аудиторія В-613.*

Секція 2. Проблеми маркетингу та торговельного підприємництва.

Голова секції – д-р екон.наук, проф. О.П. Сологуб, *аудиторія В-308.*

Секція 3. Соціально-економічні проблеми управління персоналом.

Голова секції – д-р екон.наук, проф. О.І. Драган, *аудиторія В-205.*

Секція 4. Макро- та мікроекономічні аспекти розвитку фінансового механізму суб'єктів господарської діяльності.

Голова секції - д-р екон.наук, проф. Т.А.Говорушко, *аудиторія В-603.*

Секція 5. Модель сталого розвитку України.

Голова секції – канд.екон.наук, доцент Н.М. Салатюк, *аудиторія В-202.*

Секція 6. Роль іноземної мови для фахівців сфери економіки.

Голова секції - канд.екон.наук, доцент Г.А.Чередніченко, *аудиторія В-201.*

17 квітня 2015 року

10⁰⁰-12⁰⁰ – круглий стіл, *аудиторія В-613*

12⁰⁰-12³⁰ - перерва, кава-брейк

12³⁰-16⁰⁰ – підведення підсумків роботи конференції, *аудиторія В-613*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ: 1. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ І АУДИТУ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

<i>Беренда Н.І.</i> Концептуальні підходи розвитку аудиторської діяльності.....	9
<i>Духновська Л.М.</i> Особливості обліку ПДФО в сучасних умовах	10
<i>Колос І.В.</i> Облікова політика як елемент звітності підприємства.....	12
<i>Кравченко І.Й.</i> Стан та перспективи розвитку цукрових заводів.....	14
<i>Кудренко Н.В.</i> Система управління якістю на підприємствах круп'яної галузі.....	16
<i>Кучеренко В.М.</i> Стан ринку вина Екрані	18
<i>Михайленко О.В.</i> Економічний потенціал та стійкий розвиток суб'єкту господарювання	19
<i>Момот Л.В.</i> Впровадження процесу модернізації в бюджетних установах в Україні.....	21
<i>Небильцова В.М.</i> Імпорт товарів в нинішніх умовах діючої законодавчої бази.....	24
<i>Ніколаєнко С.М.</i> Характеристика стану підприємств молочної промисловості.....	25
<i>Овдій О.В.</i> Інструменти управління сировинною базою підприємств молочної промисловості.....	27
<i>Осадча Г.Г., Власенко І.М.</i> Управлінська інформаційна система підприємства.....	28
<i>Предко І.Ю.</i> Необхідність змін в облікової політиці підприємств України в умовах кризи.....	30
<i>Прохорова Л.І.</i> Реформування регулювання сфери аудиту як умова нормативної відповідності законодавству ЄС.....	32
<i>Редзюк Т.Ю.</i> Особливості обліку виробничих запасів і на підприємствах молочної промисловості	34
<i>Скоморохова С.Ю.</i> Особливості формування облікової політики підприємства з урахуванням МСФЗ.....	35
<i>Слободян Н.Г.</i> Характеристика етапів стратегічного аналізу на підприємстві....	37
<i>Соломчук Л.М.</i> Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління	38
<i>Субота М. В.</i> Пріоритети розвитку функціональних стратегій олійножирових підприємств.....	39
<i>Темчишина Ю.Л.</i> Аспекти формування обліково-аналітичного забезпечення управління діяльністю виробничого підприємства в умовах глобалізаційних процесів	41
<i>Терещенко Л.А.</i> Экономическое развитие отраслевых предприятий: управленческие информационные системы	43
<i>Щербина О.С.</i> Визначення та облік податкових різниць.....	46

СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ ТА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

<i>Мостенська Т.Г.</i> Забезпечення споживання харчових продуктів населенням в умовах скорочення покупної спроможності населення.....	49
---	----

<i>Ніколаєнко І.В.</i> Е-ринки: віртуальні ринки організацій.....	51
<i>Розумей С.Б.</i> Методичні аспекти управління каналами розподілу продукції підприємства.....	52
<i>Семененко К.Ю.</i> Вірусний маркетинг як інструмент SMM	54
<i>Скригун Н.П.</i> Наймінг: сутність та прийоми.....	56
<i>Соломянюк Н.М.</i> Планування попиту продукції при зміні витрат на маркетинг по S-кривій.....	57
<i>Стахурський В.О.</i> Теоретичні аспекти здійснення маркетингових досліджень.....	59
<i>Степанчук С.О.</i> Вимірювання та оцінка інтелектуального потенціалу в національній економіці України	60
<i>Стеценко В.А.</i> Діагностика збалансованості витрат на елементи маркетингового комплексу підприємства.....	62
<i>Ткачук С.В.</i> Роль людського чинника при розробленні маркетингового комплексу підприємств сфери послуг.....	64
<i>Шаповал О.Ф., Коннова Л.О.</i> Комунікаційні технології в паблік рілейшнз.....	66

СЕКЦІЯ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЕКОНОМІКИ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

<i>Гринюк Ю.М.</i> Дослідження гендерних стереотипів в політичному житті України.....	69
<i>Грищенко Д.Г.</i> Конкурентоспроможність персоналу.....	70
<i>Денисенко Т.В.</i> Сутність і значення нормування праці.....	72
<i>Драган О.І.</i> Соціально-трудова відносина на підприємствах м'ясопереробної галузі України.....	73
<i>Мазник Л.В.</i> Використання рейтингових оцінок для підтримки фінансових рішень.....	75
<i>Олійниченко О.М., Журавська І.С.</i> Специфіка організації робочого місця продавця-консультанта.....	77
<i>Стахурська С.А.</i> Вплив змін на персонал та діяльність менеджерів при здійсненні процесу реструктуризації.....	79
<i>Тертична Л.І., Дем'янчук О.О.</i> Вплив світових тенденцій управління людськими ресурсами на розвиток українського менеджменту персоналу.....	80
<i>Чигринець О.А.</i> Розробка та впровадження кадрової політики компанії.....	82
<i>Юрик Я.І.</i> Оцінка жорсткості українського законодавства про захист зайнятості.....	83
<i>Yuriy Bilan</i> Formation of entrepreneurship potential in ukraine on the basis of obtained migration experience.....	85

СЕКЦІЯ 4. МАКРО- ТА МІКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

<i>Арич М.І.</i> Критерії вибору та обґрунтування стратегій управління фінансово-економічними результатами підприємств.....	88
<i>Боковець В.В.</i> Фінансові аспекти управління корпорацією	90

<i>Гнатенко О.А.</i> Генезис виникнення поняття «банк» та «банківська справа».....	91
<i>Говорушко Т.А., Стецюк В. М.</i> Концептуальні підходи до формування системи управління вартістю підприємства.....	92
<i>Дем'яненко І.В.</i> Фінансовий механізм економічного зростання й розвитку на тлі активізації глобалізаційних процесів.....	94
<i>Дуда В.П.</i> Методика вибору виду реструктуризації підприємств молочної промисловості у відповідності до обраної стратегії.....	96
<i>Еш С.М.</i> Основні виробничі функції системи антикризового управління підприємством.....	98
<i>Климаш Н.І.</i> Оцінювання ризиків у контексті фінансової безпеки підприємства.....	100 101
<i>Корж Н. В.</i> Підходи до фінансування активів підприємства.....	100
<i>Лановська Г.І.</i> Роль Національного банку України як регулятора макроекономічних процесів в період кризових явищ.....	102
<i>Мартиненко В.П.</i> Фінансове оздоровлення промислових підприємств у нестійкому ринковому середовищі.....	105
<i>Ситник І.П.</i> Конкурентоспроможність підприємства та фінансові методи її підвищення.....	107 109
<i>Сілакова Г.В.</i> Загрози втрати фінансової безпеки підприємства.....	110
<i>Тіху М.</i> Антикризове управління підприємствами	112
<i>Шірінян Л. В.</i> Оподаткування страхувальників – юридичних осіб в сучасних умовах.....	113
<i>Юрій Е.О.</i> Теоретичні засади банкрутства підприємства	113

СЕКЦІЯ 5. МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

<i>Біла І.С.</i> Проблеми державно-приватного партнерства в Україні	116
<i>Довженко О.О., Дубінська О.М.</i> Функціонування та перспективи розвитку акціонерної власності в харчовій промисловості України.....	117
<i>Нікітіна Т.А.</i> Застосування консолідації капіталу наукомісткими підприємствами	119
<i>Омельченко К. Ю.</i> Актуальність аграрного реформування та його основні напрями.....	120 122
<i>Салатюк Н.М.</i> Стратегія сталого розвитку України.....	122
<i>Скопенко Н.С.</i> Сучасні концепції управління ризиками підприємств.....	124
<i>Соломка О.М.</i> Подолання бідності населення як результат зростання економіки.....	126
<i>Тимченко О.І.</i> Удосконалення політики розвитку малого підприємництва в Україні.....	127
<i>Швед Т.В.</i> Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємств олійно-жирової галузі	129

СЕКЦІЯ 6. РОЛЬ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

<i>Cherednichenko G.</i> Foreign languages as a prerequisite of a company's competitiveness on a global market	133
--	-----

<i>Березовська О.В.</i> Контроль якості результатів навчання як складова вдосконалення методики викладання іноземних мов для майбутніх фахівців	134
<i>Божок Н.О.</i> Роль проблемного навчання на заняттях іноземної мови у немовних ВНЗ.....	136
<i>Власенко Л.В.</i> Особливості формування мовленнєвої компетенції майбутніх економістів засобами іноземної мови	137
<i>Галинська О.М.</i> Формування іншомовної професійної комунікативної компетенції студентів економіко-фінансового напрямку	139
<i>Gryshchenko O.V.</i> ESP: English for economists.....	140
<i>Довгун І.М.</i> Роль іноземної мови у формуванні професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю.....	141
<i>Кияшко О. В.</i> Вправи для покращення навичок діалогічного мовлення.....	143
<i>Мірошник В.В.</i> Особливості вивчення іноземної мови для майбутніх фахівців.....	144
<i>Найдюк О. В.</i> Прецедентні феномени в текстах економічного змісту.....	146
<i>Никитенко О.В.</i> Мотиваційний аспект викладання іноземної мови	147
<i>Тригуб І.П.</i> Оволодіння іноземною мовою – вимога сучасного суспільства.....	148
<i>Shapran L. Y.</i> English in globalized business environment	150
<i>Чала К.М.</i> Роль іноземної мови для фахівців сфери економіки.....	151
<i>Chala K., Mezhytska-Bruy O.</i> Effective methods to improve employee productivity.....	153

СЕКЦІЯ 1.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ І АУДИТУ ВИРОБНИЧО- ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Голова секції – Л.М. Чернелевський, канд. екон. наук, проф.
Секретар секції – Т.Ю. Редзюк, ст. викл.

Ауд. В-613

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Н.І. Беренда, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Обраний Україною шлях до інтеграції у європейське співтовариство, не може не торкнутися і проблеми реформування процесу фінансово-економічного контролю в державі, одним із елементів якого є незалежний аудит, головною функцією якого є об'єктивність оцінки інформації про фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання, яка представлена у фінансовій звітності.

В Україні з моменту набуття аудитом правових основ відбудовується формування концепції розвитку аудиторської діяльності.

Як основа точка зору, концепція – спосіб розуміння явищ, дозволяє розглядати аудит як цілісну систему.

Аудит, як історична категорія розвивався разом з еволюцією людства, з суспільною економічною системою - складовою ринкової економіки та притаманних їй суспільних відносин. З початком виникнення та розвитку ринкових відносин в Україні виникає необхідність в незалежному аудиті не просто як складової фінансово-економічного контролю, а як інституту аудиторства.

Концепція розвитку аудиту дозволяє виділити три аспекти аудиторської діяльності:

аудит як вид практичної діяльності;

аудит як сфера наукових досліджень;

аудит як процес інформаційного забезпечення користувачів.

Аудит як сфера практичної діяльності являє собою взаємодію суб'єктів аудиторської діяльності: а саме, суб'єкта господарювання, незалежну аудиторську фірму (одноосібного аудитора) та третіх осіб – користувачів фінансової інформації, які приймають відповідні управлінські рішення, беручи до уваги думку незалежного аудитора стосовно цієї інформації. При цьому аудит як практична діяльність визначається дотриманням правил і вимог, норм чинного законодавства та міжнародних чи Національних стандартів аудиту, в розробці яких велике значення мають як політика державного регулювання аудиторською діяльністю так і рекомендації професійної організації Аудиторської Палати України.

Аудит як сфера наукових досліджень визначає і формує методологічні підходи в аудиторській діяльності для сприйняття розуміння сутності і особливостей аудиту, принципів формування об'єктивної думки аудитора щодо повноти і

достовірності показників фінансової звітності в усіх суттєвих аспектах та відповідності їх визначеним критеріям.

Враховуючи теоретичні та практичні дослідження і надбання аудит формує інформаційну систему, яка являє собою сукупність методологічних, технічних, програмних, кадрових та інших засобів, які поєднуються структурно і функціонально з метою забезпечення інформацією внутрішніх і зовнішніх користувачів. В процесі аудиторської діяльності - аудиту фінансової звітності чи наданні аудиторських послуг використовується значний масив інформації, який умовно можна поділити на дві складові: інформаційне середовище про діяльність суб'єкта господарювання та інформаційне середовище, що формує аудитор в процесі перевірки фінансової звітності і при наданні аудиторських послуг. Ці складові взаємопов'язані за допомогою інтеграції інформаційних потоків.

Таким чином, визначеність системного, комплексного підходу до різних сторін аудиторської діяльності дозволяє ідентифікувати аудит як економіко-інституційну модель, що визначає суть, значення та роль кожного елементу системи для вирішення проблем подальшого удосконалення організаційних підходів щодо здійснення аудиторських перевірок та надання аудиторських послуг та підвищення якості, відповідальності і довіри до результатів аудиторської діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Адамс, Р. Основы аудита: [пер. с англ.] / Р. Адамс, Ю. Ариенко . – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
2. Бутинець, Ф.Ф. Проблеми аудиту в Україні / Ф.Ф. Бутинець // Реформування обліку, звітності та аудиту в системі АПК України: стан та перспективи: зб. тез та виступів на 2-й міжнар. наук.-практ. Конф. – К.: ННЦ Інститут аграрної економіки, 2006. – С.184-186.
3. Дорош, Н.І. Аудит: Методологія і організація: монографія / Н.І. Дорош. – К.: Знання, 2010. – 402 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПДФО В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Л.М. Духновська, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

28 грудня 2014 року прийнято Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи)». Цим Законом скорочено кількість податків та зборів з 22 до 9. Так, до загальнодержавних податків віднесено податок на прибуток підприємств, ПДФО, ПДВ, акцизний податок, екологічний податок, рентну плату та мито, а до місцевих податків - податок на майно та єдиний податок. Крім того, тимчасово залишено ще кілька зборів, включаючи військовий збір, який стягується з усіх без виключення доходів, що підпадають під оподаткування ПДФО.

Проведемо аналіз змін ставок ПДФО з урахуванням останніх законодавчих змін в таблиці 1.

Аналіз ставок ПДФО

Ставки податку ПДФО до 2015 р. (станом на 31.12.2014 р.)	Ставки податку з 01.01.2015 р.
17%	20%
до бази оподаткування у формі зарплати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, які нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за ЦПД, що перевищує 10-кратний розмір мінізарплати (до суми перевищення)	
17%	20%
застосовують підприємці-загальносистемники та фізособи, які провадять незалежну професійну діяльність, до частини середньомісячного річного оподатковуваного доходу, що перевищує 10-кратний розмір мінізарплати. Розрахунок оподатковуваного доходу за підвищеною ставкою розраховується під час декларування доходів за рік.	
15%	20%
оподаткування доходів, отриманих фізичними особами у вигляді плати (відсотків), що розподіляється на пайові членські внески членів кредитної спілки.	
10%	15% (20%)
оподаткування заробітної плати шахтарів	

Досить неоднозначна ситуація із оподаткуванням виграшів та призів. Так, до доходу із суми виграшу (призу) у лотерею передбачено ставку у розмірі 15%. А ось до доходів у вигляді виграшів та призів, ІНШИХ ніж виграш у лотерею, однозначності бракує. Адже п. 167.3 ПКУ до таких доходів вимагає застосування ставки 30%, а ось вже пп. 170.6.3 ПКУ - ставку 15%.

Таблиця 2

Оподаткування пасивних доходів

До пасивних доходів відносять	Ставка податку
- проценти на поточний або депозитний (вкладний) банківський рахунок; - проценти на вклад (депозит) у кредитних спілках; - інші проценти (у тому числі дисконтні доходи); - процентний або дисконтний дохід за іменним ощадним (депозитним) сертифікатом; - плата (%), що розподіляється відповідно до пайових членських внесків членів кредитної спілки; - дохід, який виплачується компанії, що управляє активами ІСІ, на розміщені активи відповідно до закону, включаючи дохід, що виплачується (нараховується) емітентом у результаті викупу (погашення) ЦП ІСІ, який визначається як різниця між сумою, отриманою від викупу, та сумою коштів або вартістю майна, сплаченою платником податку продавцю (у тому числі емітенту) у зв'язку з придбанням таких цінних паперів, як компенсація їх вартості; - дохід за іпотечними ЦП (іпотечними облігаціями та сертифікатами) відповідно до закону; - відсотки (дисконт), отриманий власником облігації від їх емітента відповідно до закону;	20%

- дохід за сертифікатом фонду операцій з нерухомістю та дохід, отриманий платником податку у результаті викупу (погашення) управителем сертифікатів фонду операцій з нерухомістю в порядку, визначеному в проспекті емісії сертифікатів; - інвестиційний прибуток, включаючи прибуток від операцій з облігаціями внутрішніх державних позик, у тому числі від зміни курсу іноземної валюти; - роялті; - дивіденди	
Для доходів у вигляді дивідендів по акціях та корпоративних правах, нарахованих резидентами - платниками податку на прибуток підприємств застосовується ставка 5% .	

Оскільки розмір мінімальної зарплати і прожиткового мінімуму (для працездатних осіб) на 1 січня 2015 року складає все ті ж 1218 грн. (підвищення їх розмірів передбачено тільки на 1 грудня до 1378 грн), а давно обіцяне підвищення податкової соціальної відкладено на рік, то її розмір і цього року складатиме все ті ж 609 грн. (підвищеної соціальної - 913,50 грн. та 1218,00 грн.).

Максимальний розмір зарплати, що дає право на застосування податкової соціальної відклади складає 1710 грн.

Деталізовано пп. 170.9.1 ПКУ, який стосувався витрат на відрядження. Що стосується розміру добових, які не обкладаються ПДФО, то вони залишилися на колишньому рівні:

а) у разі відрядження у межах території України - не більш як 0,2 розміру мінімальної зарплати в розрахунку за кожен календарний день такого відрядження (у 2015 р. - 243,60 грн.);

б) для закордонних відряджень - не вище 0,75 розміру мінімальної зарплати в розрахунку за кожен календарний день такого відрядження (у 2015 р. - 913,50 грн.).

Зміни законодавства погіршують ведення бізнесу в Україні, збільшують витрати часу платників податків на виконання обов'язкових процедур щодо декларування сум ПДФО та їх сплату. Такі зміни ускладнюють процедуру адміністрування податку з доходів фізичних осіб та ставлять під загрозу весь малий бізнес України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законів України (щодо податкової реформи) №1578 від 22.12.2014р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

І.В. Колос, канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Сучасні виклики світових тенденцій економічного розвитку і зміни законодавства з формування звітності й використання її для обґрунтування й ухвалення раціональних економічних рішень спонукають вітчизняні підприємства до перегляду методів, способів, прийомів, процедур організації, методології та

технології облікового процесу з урахуванням встановлених державою загальних правил бухгалтерського обліку і вибору альтернатив в межах визначених чинними нормативно-правовими актами і рекомендованих міжнародними стандартами. За таких умов облікова політика підприємства стає одним з найважливіших внутрішніх регламентів, що чинить суттєвий вплив на величину основних показників діяльності як собівартість продукції, прибуток, податок на прибуток, показники фінансового стану.

Мета роботи полягає в обґрунтуванні облікової політики як елемента звітності сучасного підприємства.

Термін «облікова політика» Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» закріплено як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1, ст. 1]. У МСБО 8 під обліковою політикою розуміють певні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансової звітності [2, с.2]. Розкриття підприємством облікової політики в частині методів оцінки, їх суттєвих змін та відповідності принципу безперервності розглядається як ключовий елемент фінансової звітності [3, п. 24].

Відповідно до підходу Міжнародного Комітету з інтегрованої звітності передбачається розкриття фактичної і прогнозної інформації через цілісну систему фінансових і нефінансових показників щодо діяльності суб'єкта господарювання [4]. З урахуванням вимог Директиви 2013/34/ЄС інтегрована звітність охоплює: (1) фінансову звітність; (2) управлінську звітність; (3) статистичні звіти і спостереження; (4) звітність зі сталого розвитку; (5) звіт про управління; (6) звіт про ризики і можливості [3].

Враховуючи викладене вище, запропоновано авторське визначення облікової політики як зведення нормативно встановлених і напрацьованих практикою принципів, правил, методів та процедур ведення обліку з метою формування інтегрованої звітності суб'єкта господарювання для задоволення інформаційних потреб різних груп користувачів. Облікова політика повинна забезпечити розкриття інформації: (1) зіставної й еквівалентної на підставі дотримання принципів безперервності, обачності, нарахування та відповідності доходів і витрат та інших принципів; (2) суттєвої, що має обумовлюватися визнанням, оцінюванням, відображенням, представленням, розкриттям та консолідацією даних; (3) достовірної шляхом дотримання принципу історичної (фактичної) собівартості в процесі оцінювання за ціною придбання чи вартістю виготовлення [1, ст. 4, ст. 8 п. 5; 2, с. 4-5; 3, п. 16-19].

Для досягнення цілей підприємства доречним є формування облікової політики як елемента інтегрованої звітності, в тому числі фінансової, для цілей управління підприємством і оподаткування. Основними цілями облікової політики підприємства доцільно виділяти в частині: фінансового обліку – задоволення потреб широкого кола зацікавлених осіб в інформації про результати діяльності підприємства; управлінського обліку – надання інформації менеджерам і персоналу для обґрунтування управлінських рішень в межах компетенції; податкового обліку – забезпечення фахівців економічних служб інформацією для оптимізації податкового навантаження в межах норм чинного законодавства, а також мінімізації штрафних санкцій; обліково-аналітичного забезпечення – задоволення потреб широкого кола зацікавлених сторін в достовірній інформації для збалансованого і комплексного

аналізу розвитку і діяльності підприємства, його стану з урахуванням масштабу і специфіки бізнесу, ризиків та невизначеності.

Автором в опублікованих працях обґрунтовано структурні складові облікової політики [5], запропоновано структуру і основний зміст Положення про облікову політику в розрізі семи розділів [6], що доцільно доповнити Розділом: Методичні засади обліково-аналітичного забезпечення.

Отже, рівень обґрунтованості, повноти, відповідності вимогам діючих нормативно-правових актів, врахування рекомендацій міжнародних і вітчизняних професійних і консалтингових організацій при формуванні облікової політики сприятиме достовірному і достатньому розкриттю інформації у звітності сучасного підприємства з орієнтацією на задоволення потреб широкого кола користувачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. – Назва з титул. екрану.

2. МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua/file/link/394612/file/IAS%2008%20\(ed_2013\)ua.pdf](http://www.minfin.gov.ua/file/link/394612/file/IAS%2008%20(ed_2013)ua.pdf).

3. DIRECTIVE 2013/34/EU OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings [Electronic resource]. – Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32013L0034&rid=53>.

4. На один шаг ближе к интегрированной отчетности. Новый подход в XXI веке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ifrs.ru/upload/IR-Discussion-Paper-2011_single-rus.pdf.

5. Колос І.В. Сучасні підходи до формування складових облікової політики підприємства / І.В. Колос // Вісник КНУТД. – 2009. - № 5. – С. 47 – 54.

6. Голубева Т.С. Сучасні підходи до формування облікової політики на промисловому підприємстві / Т.С. Голубева, І.В. Колос // Вісник КНУТД. – 2010. - № 6. – С. 182 – 188.

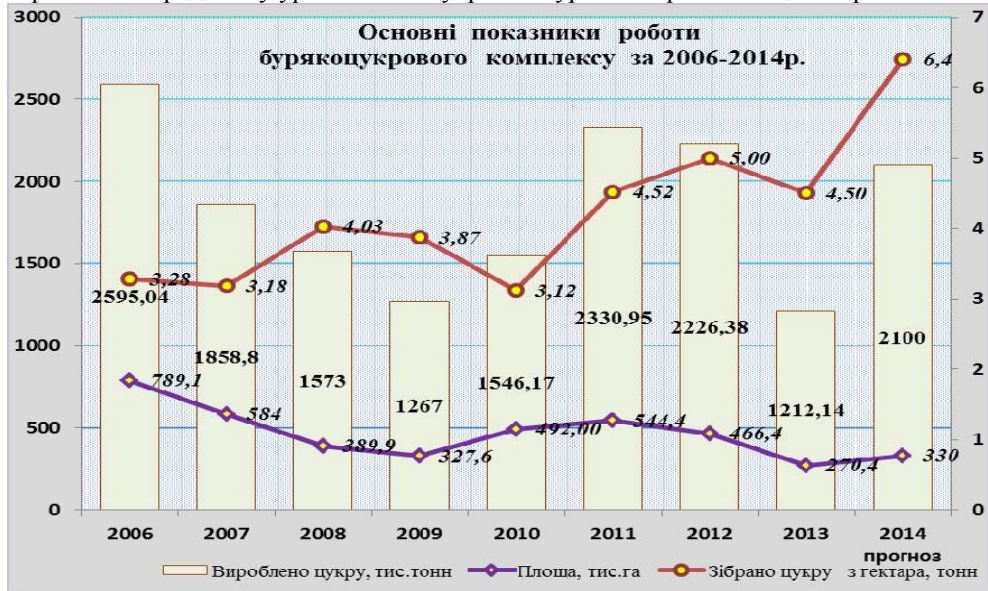
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦУКРОВИХ ЗАВОДІВ

І.Й.Кравченко

Національний університет харчових технологій

Дієва політика ефективного та динамічного розвитку агропромислового комплексу полягає в необхідності впровадження інвестиційних та інноваційних процесів, їх інтеграції у глобальну ринкову економіку. Внаслідок низької оборотності капіталу, сезонності виробництва, а також потреби в захисті вітчизняного виробника, особливо важливою є державна підтримка харчової і переробної промисловості, особливо це стосується цукрової галузі. Конкуренція на світовому ринку цукру впливає на внутрішній ринок, а цукор вироблений з тростини, ставить вітчизняних виробників в нерівні умови на зовнішніх ринках. Останні роки цукровики стабільно збільшують виробництво цукру з гектара площі, що дає можливість зменшити собівартість цукру. В 2014/2015 маркетинговому році за

даними НАЦУ «Укрцукор» очікується зібрати понад 6,4 тонни цукру з гектара, та отримати в середньому урожайність цукрових буряків на рівні 470 центнерів.



*Складено автором на основі [1,2]

За даними Мінагрополітики, станом на початок грудня 2014р. цукрових буряків викопано на площі 330,2 тис. га, накопано 15,4 млн. тонн при урожайності 470 ц/га, в 2013 р. цей показник становив 403 ц/га. Від початку виробництва станом на другу декаду грудня 2014 року перероблено 14,11 млн. тонн цукрових буряків та вироблено 1989,8 тис. тонн цукру, в 2013 р. – 1167,2 тис. тонн. В цілому, Міністерство аграрної політики та продовольства України прогнозує ріст обсягів виробництва цукру в Україні у 2014/2015 МР до 2,1 млн. тонн з 1,2 млн. тонн у попередньому сезоні[1,с.10]. Зміна собівартості цукру цього сезону залежить від ціни на газ, паливе, вугілля та вартість цукрових буряків.

Подолання наслідків кризи й відродження конкурентоспроможності українського цукру на світовому ринку стало однією з основних проблем країни. Важливим пріоритетом руху у цьому напрямку є інноваційний розвиток цукрової галузі, активізація якої формує інвестиційну привабливість галузі. Основним джерелом фінансування інновацій є власні кошти цукрових заводів, однак через їх недостатність підприємства цукрової галузі не здатні фінансувати інноваційні проекти, а ставки кредитів - високі.

Одним із перспективних напрямів інноваційного розвитку цукрової галузі є поєднання на цукровому заводі виробництва цукру та біоетанолу, що сприятиме вирішенню продовольчої та енергетичної проблем, збільшенню прибутковості підприємств. Реалізація технології поєднання виробництва, дає змогу збільшити посіви цукрового буряку, кількість робочих місць при його переробці, забезпечити конкурентну спроможність біоетанолу на ринку за рахунок зменшення ціни на сировину, що можливо тільки в єдиному виробництві. Якщо в останні роки на альтернативному паливі працював 1 цукровий завод, то у 2014 році - вже 10 заводів. Використання альтернативних видів палива може суттєво знизити собівартість виробництва цукру. У порівнянні із природним газом біопаливо дешевше приблизно в три рази. Останній рік характеризується підвищення цін на матеріально-технічні

ресурси. За період із січня по вересень 2014 року індекс витрат сільгоспвиробників виріс на 33%. Зокрема, такий стрибок цін відбувся через подорожчання нафтопродуктів на 44%, мінеральних добрив – на 50% та інше. У структурі собівартості цукрових буряків матеріально-технічні ресурси займають до 74%. Витрати на 1 га цукрових буряків в 2014 році зросли до 16-18 тис. грн. Слід зазначити, що така динаміка цін на матеріально-технічні ресурси вплине на ріст собівартості продукції рослинництва урожаю 2015 року.

Наразі цукру-піску виробляється більше за потреби населення та вітчизняної промисловості. При постійному зростанні виробничих витрат доходи від реалізації продукції залишаються на сталому рівні, що стримує модернізацію вітчизняних цукрових заводів та покращення готової продукції. В сучасних умовах без вирішення проблем підвищення якості цукру підприємства цукрової галузі України не можуть виходити не тільки на світовий ринок, але, на сьогоднішній день, і на внутрішній. Контроль якості цукру проводиться з урахуванням всіх вимог ДСТУ, а також сучасних додаткових вимог замовника. Підприємства, які впровадили системи НАССР та ISO постійно підтримують та поліпшують системи управління безпечністю та якістю харчових продуктів, безперервно поліпшують системи шляхом підвищення їх результативності, використовуючи зовнішнє та внутрішнє інформування, аналізування, внутрішній аудит[2].

Проблема інноваційного розвитку цукрових заводів ускладнюється через недостатню кількість спеціалістів, які виконують науково-технічні роботи для цукрової галузі. Всім відомо, що виробництво цукру з буряків відрізняється від інших виробництв харчової промисловості складністю ведення технологічних процесів. Керівництво процесами виробництва цукру полягає в забезпеченні роботи заводу з мінімальними втратами сировини, з високим виходом цукру та мінімальними енерговитратами. Цю функцію може успішно виконувати лише фахівець з хорошими знаннями механізмів проходження процесів.

Вузькоспеціалізоване виробництво продукції цукрової промисловості потребує пошуків напрямів виробничої диверсифікації, що сприятиме розширенню асортименту, стабільному збуту продукції та забезпечить цукровим заводам додаткові кошти та робочі місця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Коротинський, О.В. Цукрова галузь України / О.В.Коротинський // Вісник цукровиків України.-2014.-№12(103). – С. 9-12.
2. Ярчук М.М. Інформація про підсумки роботи НАЦУ “Укрцукор” в 2013 році [Електронний ресурс] / Ярчук М.М. Режимдоступу: <http://sugarconf.com/custom/files/ua>

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КРУП'ЯНОЇ ГАЛУЗІ

Н.В. Кудренко, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Одержання прибутку на підприємствах круп'яного виробництва залежить від багатьох факторів. Одним з визначальних серед яких є правильно організована робота по управлінню якістю, що передбачає створення відповідних служб по контролю за виробничими процесами та готовою продукцією і вживання необхідних заходів. Процеси, які необхідні для ефективної системи управління якістю,

охоплюють сфери, пов'язані з управлінською діяльністю, постачанням, випуском продукції, вимірюваннями та реалізацією.

Зазначимо, становлення національної системи стандартизації розпочалось у 1992 році. В Україні стандартизація на підприємстві регулюється Законом України «Про стандартизацію» від 05.06.2014 р. № 1315-VII, який установлює правові та організаційні засади стандартизації і спрямований на забезпечення формування та реалізації державної політики у відповідній сфері. Важливим є також прийняття Закону України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності» від 15.01.2015 р. № 124-VIII, який набуде чинності з 10.02.2016 р., а також Декрету Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» від 10.05.1993 № 46-93, який визначає правові та економічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їх функціонування на території України.

В сучасній практиці управління підприємствами круп'яної галузі розроблено систему кількісної оцінки властивостей продукції, яку характеризують показники якості, зокрема через систему стандартизації, яка включає:

- ДСТУ – національні стандарти (ДСТУ ISO 9000:2007 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів», ДСТУ 2903:2005 «Концентрати харчові. Сніданки сухі. Загальні технічні умови», ДСТУ 4634:2006 «Концентрати харчові. Сніданки сухі. Пластівці круп'яні. Загальні технічні умови», ДСТУ 1055:2006 «Крупи, що швидко розварюються. Технічні умови», ДСТУ 2629-94 «Крупи, побічні продукти і відходи. Терміни та визначення», ДСТУ ISO 7304:2005 Крупи та макаронні вироби з твердої пшениці. Оцінювання варивних властивостей спагетті органолептичними методами (ISO 7304:1985, IDT), ДСТУ 4255:2003 Борошно із твердої пшениці і крупи манні. Визначення вмісту жовтого пігменту (ISO 11052:1994, MOD) та ін.);

- ГСТУ – галузеві стандарти (ГСТУ 18.07-95 «Концентрати харчові. Сніданки сухі. Пластівці круп'яні. Технічні умови»);

- ГОСТ – міждержавні стандарти (ГОСТ 276-60 «Крупа пшенична (Полтавська, «Артек»). Технічні умови», ГОСТ 572-60 «Крупа, пшоно шліфоване. Технічні умови», ГОСТ 5550-74 «Крупа гречана. Технічні умови», ГОСТ 6002-69 «Крупа кукурудзяна. Технічні умови», ГОСТ 6292-93 «Крупа рисова. Технічні умови», ГОСТ 7022-97 «Крупа манная. Технічні умови» та ін.).

На сучасних вітчизняних підприємствах, які займаються виробництвом круп, крім зазначених національних, галузевих та міждержавних стандартів впроваджуються міжнародні системи управління якістю. Так, ПАТ «Миронівський завод з виробництва круп і комбікормів», яке входить до складу групи компаній ПАТ «Миронівський хлібопродукт» сертифікований за міжнародними стандартами ISO 9001 «Вимоги до системи управління якістю» і ISO 22000 «Система управління безпекою харчових продуктів». Продукція групи компаній ПАТ «Миронівський хлібопродукт» випускається під відомими серед українських споживачів торговими марками: «Наша Ряба», «Фуа Гра», «Сертифікований Ангус», «Легко!», «Дружба народів», «Бащинский», «Qualiko» [2].

Група компаній «Cereal Pack Holding Group» виробляють і реалізують крупи, рис, пластівці, хлібці, органічну продукцію під відомим серед населення брендами ТМ «Жменька» та ТМ «Сладов». У відповідності до міжнародних стандартів на підприємствах, які входять до складу групи компаній розроблена і впроваджена інтегрована Система управління безпечністю харчових продуктів по схемі FSSC 22000.

Схема FSSC 22000 належить і підтримується некомерційним незалежним Фондом сертифікації безпечності харчових продуктів, головний офіс якого розташований в Нідерландах. Схема визнана Глобальною ініціативою безпечності харчових продуктів (GFSI) і підтримується Food Drink Europe (Європейською організацією виробників харчових продуктів і напоїв), GMA (Асоціацією виробників бакалійних товарів США), а також багатьма іншими міжнародними організаціями.

Відома серед вітчизняних споживачів своєю продукцією (гречана крупа, горох, пшоно, макаронні вироби) компанія ТПК «Слобода», спільно зі спеціалістами МНС ГРУПП, розробили і впровадили у виробничі процеси систему харчової безпеки за стандартами ISO 22000 «Система менеджменту безпеки харчових продуктів», що дозволило підприємству значно підвищити якість виробництва продукції [3].

Ключовим фактором ефективності діяльності підприємств в умовах міжнародної інтеграції є підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, яка виготовляється, впровадження міжнародних стандартів якості на сертифікації. Проте, цей процес потребує значних капіталовкладень, яких малий та середній бізнес не мають. Вітчизняне виробництво круп має значний експортний потенціал та потребує додаткових капіталовкладень, підтримки на державному рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Теорія ефективної економіки України / Л.М. Михайлов // Журнал Економіка України. – 2012. – № 11. – С. 36-46.
2. ПАТ «Миронівський хлібопродукт»: Наші бренди. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mhp.com.ua/uk/about/nashi-brendi>
3. ТОВ «ТПК «Слобода». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tpk-sloboda.uaprom.net/>.

СТАН РИНКУ ВИНА УКРАЇНИ

В.М. Кучеренко, Генеральний директор,
УКРВИНПРОМУ

Виробництво виноградних вин – один із перспективних напрямів розвитку. Проте ринок вина в останні роки переживає не кращі часи. За офіційною статистикою протягом останніх трьох років постійно скорочується обсяг виробництва вина (табл. 1). Так у 2013 році, порівняно із показниками 2011 року, виробництво вина скоротилось на 22, 8%, або 5340,1 тис.дал.

Таблиця 1

Показники стану ринку вина в Україні

Показники	2011	2012	2013	Темпи росту, 2013 до 2011, %
Виробництво, тис.дал	23430,3	19543,0	18089,9	77,2
Імпорт, тис.дал	5294,8	3706,8	3870,8	73,1
Експорт, тис.дал	3349,6	4530,5	6562,9	195,9
Місткість ринку, тис.дал	25375,5	18719,2	15397,8	60,7
Темп приросту, %		-26,2%	-17,7%	x

Джерело: Держкомстат України

Попри негативну тенденцію щодо виробництва вина постійно зростає показник експорту. За три роки експорт виріс майже вдвічі (темпи росту – 195,9%). Експорт вина перевищував імпорт у 2013 році майже у 1,6 рази і складав 6562, 9 тис. дал. 90,9% експорту вина у 2013 році припадало на Російську федерацію. Відсутність диверсифікації країн-експортерів українського вина призвела до втрати експортних можливостей країни у 2014 та 2015 роках.

Ринок вина характеризується великою кількістю представлених вин, проте за прийнятою укрупненою класифікацією вина поділяють на Шампанське», ігристі вина, вино виноградне, вермут та подібні вироби. Найвищою є питома вага виробництва виноградних вин, хоча за три роки вона зменшилась на 8,5 відсоткових пунктів. В той же час відбулось зростання випуску вермутів на 2,8 відс.пункти та вин ігристих – на 5,7 відс. пункти.

Дослідження структури ринку вина наведено нижче (табл. 2).

Таблиця 2

Структура виробництва вина в Україні у 2011-2013 р.р.

Найменування	2011	Питома вага, %	2012	2013	Питома вага, %
Вино "Шампанське", тис. дал	3730,5	15,9	3397,4	0,0	0
Вина ігристі, тис. дал	1716,1	7,3	2066,8	5222,0	28,9
Вино виноградне, тис. дал	17003,9	72,6	12510,6	11602,7	64,1
Вермут та подібні вироби, тис. дал	979,8	4,2	1568,2	1265,2	7,0
Разом	23430,3	100	19573,0	18089,9	100

Основними проблемами, які повинні вирішити виробники вин в Україні – це вирівнювання характеристик ціна-якість. Фахівці галузі зазначали, що основною небезпекою для винної галузі при невисокому курсі євро було зростання продажів імпортного вина. На думку Плачкова І., українці довіряють закордонним винам, і останнім часом цим почали користуватися постачальники. Вони привозять вина низької якості та продають їх за середніми цінами. Проте падіння гривні обмежило доступ на український ринок дешевих імпортних вин.

Крім того, для вирівнювання ситуації на ринку необхідно:

- відмінити ліцензію на право оптової торгівлі вином. Ця ліцензія коштує 500 тис. грн., і невеликі підприємства з виноробства часто не можуть дозволити собі такі витрати;

- уряд повинен дозволити продаж землі, оскільки виноград – багатолітня культура, що вимагає великих інвестицій. Але вкладати гроші в землю, яка не належить власникові недоцільно.

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА СТІЙКИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТУ ГОСПОДАРЮВАННЯ

О.В. Михайленко, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Нові умови та розширення масштабів господарювання, розвиток міжнародної та регіональної спеціалізації та кооперації праці сприяють підвищенню

ступеня обґрунтованості управлінських та економічних рішень на різних рівнях господарювання: від підприємства до регіону та економіки країни в цілому. Це в свою чергу потребує більш глибокого підходу до оцінки стратегії ресурсозабезпеченості суб'єкту господарювання, що в певній мірі розглядається як економічний потенціал.

Економічний потенціал визначається «...наявністю природних ресурсів, засобів виробництва, трудовим та науково-технічним потенціалами, накопиченим національним багатством» [1].

Але оскільки не існує чіткого визначення структури економічного потенціалу та характеристики його складових, доцільно до ресурсної складової економічного потенціалу, поряд із природними, трудовими, матеріально-технічними ресурсами, включити фінансові, інформаційні ресурси та нематеріальні активи.

Ефективність використання ресурсів – це найважливіший фактор забезпечення платоспроможності, кредитоспроможності та фінансової стабільності господарюючих суб'єктів, підтримки їх конкурентоспроможності, формування достатніх ресурсів для розвитку й одержання достатнього прибутку з метою залучення різноманітних інвесторів [2].

Економічна стійкість залежить від конкурентоспроможності як підприємства в цілому, так і продукції, фінансової стійкості та економічної ефективності. Кожен із цих напрямків характеризується системою показників, що відображені в таблиці

Показники економічної стійкості суб'єкта господарювання

№	Група показників	Показники
1	Конкурентоспроможність продукції (якість продукції)	Поточні та перспективні конкурентні переваги продукції по сукупності показників (експлуатаційних, патентно-правових, інноваційних, естетичних, екологічних, економічних тощо)
2	Конкурентоспроможність технологічних ланцюгів	Тактичні та стратегічні переваги технологій, що гарантують конкурентні переваги продукції
3	Фінансова стійкість	Оцінюється по величині вартості майна, рівню коефіцієнтів ліквідності, зіставності позикових та власних коштів, динаміки та тенденцій росту майна, прибутку тощо.
4	Ефективність виробничої та комерційної діяльності	Оцінюється по динаміці витрат виробництва, показників рентабельності, ефективності капітальних вкладень, оборотності капіталу, ділової активності підприємства, витратомісткості виробництва, продуктивності праці, екологічній безпеці тощо

На рівень цих показників впливає інноваційність, гнучкість виробництва, диверсифікація виробництва та продукції, динамічний організаційний розвиток підприємства [3, с.96].

При дослідженні економічної стійкості господарюючого суб'єкта існує ряд питань, що потребують додаткового ретельного дослідження. В першу чергу це стосується застосування економічної стійкості в практичній діяльності підприємства, недосконалості теоретико-методологічних розробок щодо її оцінки, невизначеності первісної мети тощо. Нестійкості підприємств як наслідок їх

неготовності до мінливих умов господарювання що посилюються процесами формування самого ринкового середовища.

Перешкодами ринкової активності (стійкого розвитку) є:

- слабе конкурентне середовище;
- скорочення монопольного стану вітчизняних виробників на внутрішньому ринку;
- відсутність регульованого впливу попиту та пропозицій.

Ринкова активність проявляється через наявність оперативної реакції на зміни кон'юнктури товарних ринків, можливістю формування власних ринкових ніш, можливість набувати постійних клієнтів, активізації маркетингової діяльності, посилення інноваційної та інвестиційної активності, ефективне використання трудового потенціалу, впровадження та дотримання екологічних критеріїв в господарську діяльність тощо.

Необхідність безперервного (стійкого) соціально-економічного розвитку суб'єкту господарювання зумовлена тісним перетином економічних, соціальних, гуманітарних інтересів, що проявляється в процесі функціонування підприємства та визначає його сучасну специфіку.

Таким чином, потенціал підприємства, його оптимальна структура мають провідну, системо утворюючу роль в стійкому розвитку суб'єкта господарювання, характеризуючи при цьому його реальні можливості використовувати наявні ресурси для досягнення певної мети.

ЛІТЕРАТУРА

1. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. — 4-е изд., доп. и перераб. — М.: Институт новой экономики, 1999. — 1248 с.
2. Оптимізація формування та використання економічного потенціалу в сільськогосподарських підприємствах: монографія / О.О. Красноруцький, В.С. Ніценко, О.В. Захарченко. — Харків: ТОВ «Лерадрук», 2013. — 211 с.
3. Устойчивое и эффективное функционирование предприятий: проблемы и пути достижения: моногр. /авт. к-в В.И Кудашов и др. — Мн.: Изд-во МИУ, 2007. — 408 с.

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ МОДЕРНІЗАЦІЇ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ В УКРАЇНІ.

Л.В. Момот

Національний університет харчових технологій

Процес модернізації системи державних фінансів розпочався із затвердження Постанови КМУ від 16 січня 2007 р. № 34 “ Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки” (далі – Стратегія № 34) [1]; Розпорядження КМУ від 17 жовтня 2007 р. N 888-р “Про схвалення стратегії модернізації системи управління державними фінансами” [2]; Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 жовтня 2007 р. № 911-р “Про схвалення стратегії застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні [3]; Розпорядження КМУ від 01.08.2013 № 774-р “Про Стратегію розвитку системи управління державними фінансами” [4].

Основними шляхами модернізації бухгалтерського обліку є розробка стандартів ведення бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних зразків,

покращення системи ведення та зберігання його, удосконалення нормативної бази яка забезпечує ведення бухгалтерського обліку, перехід на єдині встановлені засади та інші.

Облік у бюджетних установах є одним з важливих галузевих обліків в Україні, нормативна база якого продовжує розвиватися і сьогодні. Удосконалення методології та перехід на єдині методологічні засади бухгалтерського обліку і фінансової звітності, створення уніфікованого підходу щодо організаційно-інформаційного забезпечення обліку дасть змогу модернізувати систему обліку та звітності у бюджетній сфері.

Створені в Україні умови для формування і розвитку бухгалтерського обліку потребують значних змін та регулювання з боку держави. Функціонування бюджетної системи України характеризуються наявністю ряду проблемних питань в організації обліку в бюджетних установах.

Відповідно до даного документу можна визначити основні напрями модернізації обліку, а саме: удосконалення системи бухгалтерського обліку, удосконалення системи фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів, створення уніфікованої організаційної та інформаційної облікової системи.

Перший напрямок передбачає розробку та запровадження національних стандартів, єдиного плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, узгодженого з бюджетною класифікацією та розподіл між бухгалтерами повноважень щодо ведення обліку активів, зобов'язань, доходів та витрат.

Другий напрямок передбачає удосконалення методології складання форм звітності та їх удосконалення, запровадження нових форм фінансової звітності та звітності про виконання бюджетів; удосконалення методів складання фінансової звітності, звітності про виконання бюджетів з використанням сучасних інформаційних технологій.

Третій напрямок пропонує адаптувати бюджетну систему, що створена на засадах програмно – цільового методу до нових методологічних принципів системи бухгалтерського обліку, модернізувати фінансово – бухгалтерські служби, посилити контроль з боку органів Державного казначейства за дотриманням єдиних правил ведення бухгалтерського обліку і складання звітності

На даний момент розроблено і затверджено лише 19 Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку для державного сектора, з яких 4 регулюють питання фінансової звітності.

В 2015 році введені в дію наступні НП(С)БОДС, а саме:

1. НП(С)БОДС 121 “Основні засоби”
2. НП(С)БОДС 122 “Нематеріальні активи”
3. НП(С)БОДС 123 “Запаси”
4. НП(С)БОДС 125 “Зміни облікових оцінок та виправлення помилок”
5. НП(С)БОДС 127 “Зменшення корисності активів”
6. НП(С)БОДС 128 “Зобов’язання”
7. НП(С)БОДС 130 “Вплив змін валютних курсів”
8. НП(С)БОДС 132 “Виплати працівникам”
9. НП(С)БОДС 133 “Фінансові інвестиції”

Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів суб’єктів державного сектору (наказ Мінфіна від 23.01.2015 р. №11).

Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб’єктів державного сектору (наказ Мінфіна від 23.01.2015 р. №11).

Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів суб'єктів державного сектору (наказ Мінфіна від 23.01.2015 р. №11).

Методичні рекомендації щодо облікової політики суб'єкта державного сектору (наказ Мінфіна від 23.01.2015 р. №11).

Порядок бухгалтерського обліку окремих активів та зобов'язань бюджетних установ Наказ Міністерства фінансів України 02 квітня 2014 року N 372.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про затвердження Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007 - 2015 роки [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 16.01.2007 р. № 34. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/34-2007>

2. Про схвалення Стратегії модернізації системи управління державними фінансами. [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.10.2007 року № 888-р. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/888-2007>

3. Про схвалення Стратегії застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.10.2007 року № 911-р. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/911-2007>

4. Про Стратегію розвитку системи управління державними фінансами. [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 року № 774-р. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/774-2013>

ІМПОРТ ТОВАРІВ В НИНІШНІХ УМОВАХ ДІЮЧОЇ ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ

В.М. Небильцова

Національний університет харчових технологій

Надходження товарів від іноземного постачальника та їх оприбуткування на склад здійснюється на підставі Вантажно-митної декларації та документів нерезидента, але за умови сплати всіх податків, що нараховуються при перетині митної території України.

До них відносяться: ввізне мито; сума непрямих податків, що не відшкодовується підприємству (акцизний збір) на підакцизні товари; вартість транспортно-заготівельних витрат; послуги митних органів; податок на додану вартість.

Кожен з них має свою методику нарахування і певним чином впливає на вартість імпортованих товарів.

Мито і митні збори нараховуються за встановленими ставками що визначаються згідно з постановою Кабінету міністрів виходячи з митної вартості товарів.

Митна вартість визначається з урахуванням ціни товару, що зазначена у рахунку-фактурі нерезидента та підтверджена фактичним відвантаженням його за найменуванням кількістю та якістю.

Пакувальний лист що супроводжує товар визначає фактичні витрати, якщо їх не включено до рахунку-фактури. Вони залежать від умов поставки товару згідно з правилами Інкотермс і містять витрати пов'язані з:

- навантаженням, розвантаженням, перевантаженням, страхуванням та транспортуванням до митного кордону України якщо їх вартість не включена у вартість товару;

- комісійні та брокерські послуги;

- плата за використання об'єктів інтелектуальної власності, які належать до даних товарів.

Акцизний збір включається до ціни підакцизних товарів і нараховується виходячи з їх митної вартості та суми нарахованого мита.

Сума податку на додану вартість визначається виходячи з чинного законодавства з урахуванням (митної вартості товару + сума нарахованого мита + сума акцизного збору) x 20%.

Сума мита, митних зборів та ПДВ сплачується митним органам раніше або в день подання вантажно-митної декларації для її оформлення.

Митна вартість визначається згідно курсу НБУ, що діє на день її оформлення. В діючих умовах, коли курс іноземної валюти знаходиться у вільному плаванні і курс з 8грн. за долар зріс до 20-30 гривень митна вартість товарів відповідно збільшується у 3-4 рази, збільшуючи діючі митні платежі (мито, митний збір, ПДВ) відповідно.

Кабінет міністрів вніс поправки до держбюджету, за якими мито на імпорتنі продуктові товари крім того збільшується ще на 5-10%.

Це приведе до значного збільшення вартості імпорتنих продуктових товарів навіть з врахуванням збільшення курсу.

Теоретичний приклад з відображення на рахунках бухгалтерського обліку імпорту товарів при курсі 8 та 20 грн. за 1 долар, мито 10%, ПДВ 20%, митні послуги 5%, відображені в таблиці.

Розрахунок платежів за імпорتنі товари, крім акцизного збору

	До підвищення 1\$/8грн.	Після підвищення 1\$/20грн.	Відхилення
Митна вартість	8000,00	20000,00	12000,00
Мито 10%	800,00	2200,00	1400,00
Митні послуги 5%	400,00	1000,00	600,00
Разом	9200,00	23200,00	14000,00

Мито розраховано в графі 3 із збільшенням на 10% на продуктові товари.

Таким чином вартість імпортованих товарів буде збільшено в 1,5 рази якщо при купівлі інвалюти курс залишиться на тому рівні що в розрахунку, проте це мало ймовірно.

Разом з тим зважаючи на події що не припиняються на сході країни, всі товари військового призначення звільняються від сплати митних платежів.

Крім того розрахунок з нерезидентом повинен бути здійснений протягом 90 днів з дня надходження товарів на митну територію України, а при передоплаті якщо товари не надійдуть на митну територію України протягом 90 днів за кожен день просрочки буде нараховуватись пеня до суми передоплати, що було відмінено попереднім Кабінетом Міністрів, і привело до неповернення в 2013р. близько 1,2 млрд. доларів а термін розрахунків з нерезидентами був збільшений до 180 днів що також вплинуло на вимивання оборотних коштів протягом півроку.

ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ

ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

С.М. Ніколаєнко

Національний університет харчових технологій

Одним з показників, за яким можна досліджувати розвиток галузі та підприємств є чистий дохід від реалізації товарів, робіт послуг. Дослідження динаміки чистого доходу харчової промисловості, дозволило відмітити, що протягом 2009-2013 років чистий дохід виріс на 66053,4 млн. грн.(на 34,8 %) і в 2013 році цей показник склав 255662,8 млн. грн. Доцільно також дослідити динаміку чистого доходу по напрямкам виробничої діяльності.

Величину чистого доходу необхідно аналізувати паралельно із вивченням його розподілу в молочній галузі за регіонами України. За даними 2013 року найбільша питома вага в структурі чистого доходу припадає на Київську область (17,7%). Протягом 5 років дане значення збільшилось на 2,5 в.п. і в 2012 році складало 18,7%. Друге місце припадає на Полтавську область (17,0%). Протягом періоду, це значення виросло на 12,2 в.п. Питома вага чистого доходу Вінницької області складала 10,3 %, і зростання питомої ваги склало 3,2 в.п. Відповідно в цих областях зафіксовано найбільше зростання в грошовому виразі. Так чистий дохід по Київській області в 2012 році досягнув величини 6147,0 млн.грн. Збільшення склало 3099,1 млн.грн. (значення зросло в 2 рази). В 2,5 разів зросло значення чистого доходу в Вінницькій області, де значення показника підвищилось на 2142,7 млн.грн (значення складає 3560,4 млн грн.). В 2,4 рази зросла величина чистого доходу підприємств молочної промисловості по Полтавській області (на 3466,4 млн. грн. – більше, ніж в 2 рази). Значення цього показника в даному регіоні складає 5918,8 млн. грн., на противагу 2452,4 млн. грн. в 2009 році.

Але в окремих регіонах спостерігалось скорочення даного показника. Такими регіонами є Волинська, Житомирська, Одеській та інших областях. Найбільше скорочення чистого доходу спостерігається по Волинській області (228,2 млн. грн.). В цьому регіоні у 2013 році значення даного показника складає 203,3 млн. грн. В результаті вивчення структури чистого доходу по регіонам було встановлено, що його питома вага по Волинській області втратила 1,6 в.п (скоротилася з 2,2 % до 0,6 %). Значне скорочення відзначається також і в Житомирській області (на 238,2 млн. грн.), при цьому скорочення склало 15,2 %. Питома вага чистого доходу Житомирської області відмічається на рівні 4,5 %, а в 2009 році це значення складало 9,0 %. Значне скорочення відмічається по Одеській області (на 253,5 млн. грн.). Тут значення чистого доходу скоротилося в 2,1 рази (з 475,8 до 222,3 млн.грн.). В структурі розподілу питомої ваги значення по даному регіону скоротилося на 1,8 в.п. (з 2,4 % до 0,6 %). На всі інші області України припадає в середньому від 2,5 до 4,8 %. Значення менші за 1% припадають на Закарпатську, Івано-Франківську, Кіровоградську, Луганську та Чернівецьку області [1].

Вивчення величини та розподілу чистого доходу підприємств молочної промисловості України передбачає його дослідження у залежності із діяльністю окремих підприємств. Базою дослідження були обрані 20 підприємств молочної промисловості, що є лідерами за кількістю переробленого молока, є потужними, ефективними та прибутковими, що можуть входити до складу об'єднань підприємств так і функціонувати самостійно.

В молочної промисловості України багато підприємств входять в певні об'єднання. Зокрема «Молочний Альянс» об'єднує в собі ПАТ Піратинський сирзавод, ПАТ Баштанський сирзавод, ПАТ Городенківський сирзавод, ПАТ «Золотоніський маслоробний комбінат», ПАТ «Яготинський маслозавод», філія ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», ПАТ «Варвмаслосирзавод», ПАТ «Новоархангельський сирзавод», ПрАТ «Тростянецький молочний завод» (Вінницька область), ТОВ «Еталонмолпродукт» (Київ), ПрАТ «Надія» (Київська область) та інші.

Флагманом молочної промисловості України можна справедливо вважати ПАТ «Яготинський маслозавод», який входить до об'єднання «Молочний Альянс». До складу цього об'єднання входить 10 виробничих підприємств, шість з яких спеціалізуються на виробництві твердих сирів і 2 збутових підприємств, що виключно займаються збутом продукції виробленої підприємствами об'єднання.

Дослідження результатів роботи підприємства передбачає вивчення його виробничо-маркетингової діяльності. Протягом 2009-2013 років по всіх основних товарних позиціях відбулося збільшення виробництва в натуральному вираженні. Основними видами продукції даного підприємства, питома вага яких більше 5%, є масло фасоване різної жирності, молока питне, ряжанка та інші. Так виробництво масла фасованого жирністю 82,5 % в 2010 році збільшилося в порівнянні із 2009 роком на 32,3 % (на 190,5 т) в натуральній та на 99,5% в грошовій формі. Питома вага даного виду продукції в загальному обсязі виробництва збільшилося майже вдвічі. Виробництво масла фасованого жирністю 69,2 % протягом 2009-2010 років зросло на 43,4 % (247,5 т) в натуральному та на 97,4% в грошовому виразі. В структурі продукції, що виробляється, випуск даної продукції коливається в межах 6-7 %. Наступним видом продукції, що заслуговує уваги є молоко питне. Протягом 2011-2012 року виробництво молока 2,6% (950 гр пет/плівка) збільшилося на 18,9% (2283,6 т) в натуральному виразі та на 19,1% у вартісному. Випуск даного виду продукції в загальному випуску продукції складає 23-24%. Виробництво закваски 2,5% (450гр пет/пляшка) в 2012 році в порівнянні із 2011 роком збільшилося на 26,3 % (на 654,7 т) в натуральному та на 42,8 % в грошовому виразі. Випуск даного виду продукції в загальному випуску продукції складає біля 5%. Виробництво молока 2,6 % (920 гр пет/пляшка) збільшилася на 3385,2 т (72,3 %) в натуральному виразі (на 74,8% - в вартісному). Питома вага даної продукції в загальному обсязі збільшився на 3,75 %, в 2012 році складає 13,44 % [1].

ПАТ "Яготинський маслозавод" в структурі чистого доходу молочної промисловості посилює свої позиції на 1,35 в.п. і в 2013 році значення досягло величини 2,72 %. По Київській області величина даного показника в 2013 році 15,36 %, що на 6,33 в.п більше в порівнянні із 2009 роком. Слід зазначити, що значення чистого доходу в 2013 році складає 944,3 млн.грн., що в 3,4 в.п. перевищує дане значення 2009 року.

Таким чином, аналіз показників виробничо-господарської діяльності ПАТ "Яготинський маслозавод" дозволив визначити його місце в структурі чистого доходу підприємств молочної промисловості.

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ СИРОВИННОЮ БАЗОЮ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

О.В. Овдій, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Розвиток молокопереробної галузі неможливо без достатньої сировинної бази - молока, а розвиток молочного скотарства безпосередньо залежить від закупівельних цін на сировину. Існує багато чинників, які є перешкодами для сталого розвитку молочного скотарства та успішної реалізації потенціалу молочної продуктивності.

Процес управління сировинним забезпеченням підприємств молочної промисловості включає в себе наступні етапи: оцінку ситуації, визначення цілей, прийняття і реалізація обґрунтованих управлінських рішень.

Оцінка в управлінні відіграє ключову роль. На оціночному етапі відбувається дослідження внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, що є нестабільними, а також виявлення проблем, що стоять перед підприємством. Основними проблемами, що виникають перед підприємствами харчової промисловості, є: відсутність адекватної ситуації, що склалася; відсутність науково обґрунтованої стратегії розвитку підприємства; технологічне відставання, моральний і фізичний знос основних виробничих фондів; низька виробнича дисципліна; переважання короткострокових особистих інтересів менеджменту в ієрархії цілей підприємства [1].

Схема оцінки ситуації являє собою ієрархічну систему, що включає різні методи статистичного та математичного аналізу з використанням апарата експертних оцінок, а саме: попередній аналіз, аналіз циклу управління на підприємстві, факторний аналіз, регресійний аналіз, аналіз фінансового потенціалу, аналіз виходу з кризи (якщо підприємство не зовсім стабільне), аналіз якості управління (менеджменту), аналіз впливу зовнішнього середовища, аналіз ступенів втрати автономії та аналіз фінансових резервів.

За допомогою формальних показників оцінюється фінансовий стан підприємства, його фінансові результати, а також ефективність витрат і ресурсів. На підприємстві необхідно створювати певний «простір цілей» (цільовий комплекс) зі своєю структурою, динамікою і цілеспрямованістю, який може формуватися усвідомлено, послідовно і цілеспрямовано [3].

Ефективність реалізації кожного етапу управління сировинним забезпеченням підприємств молочної промисловості залежить від повноти та адекватності ситуації, що склалася використовуваного управлінського інструментарію. Вплив на об'єкт завжди здійснюється в якійсь конкретній формі і за допомогою інструментів управління. Результатом впливу виступає зміна об'єкта управління або його структурного компонента. Для того щоб домогтися бажаного зміненого стану об'єкта управління менеджеру (спеціалісту) необхідно використовувати свій власний інструментарій, тобто арсенал прийомів, навичок і

засобів, застосування яких в процесі управління дозволяє найбільш успішно досягати поставленої мети.

Іншими словами, в сучасному процесі управління управлінські впливи завжди вимагають використання конкретного управлінського інструментарію. Для досягнення бажаного стану об'єкта управління і забезпечення високої якості та ефективності виконання функцій управлінці, займаючись їх практичною реалізацією, повинні мати глибокі знання і чіткі уявлення не тільки про їх ролі, зміст і особливості, а й володіти широким арсеналом управлінських прийомів, навичок і способів, що складають його професійний інструментарій та найкращим чином сприяють виконанню поставлених завдань і функцій [2].

Таке розуміння суті управлінської діяльності передбачає: точне знання об'єкта управління, його будову і структуру; чітку уяву про мету впливу (бо воно завжди носить певний цільовий спрямований характер); точне уявлення про свої здібності і можливості з надання впливу на певний об'єкт управління; точне уявлення про потенційно можливий цілеспрямований вплив інструментарію та сукупність найбільш ефективних і економічних інструментів з метою отримання результату певної форми. До того ж, необхідно передбачити наслідки кожного управлінського впливу (причому як з позитивної, так і негативної для визначення мети й досягнення цілей точок зору). Інструментарій в загальному вигляді являє собою сукупність (систему) конкретних інструментів. Інструмент (інструментарій) є невід'ємною частиною управлінської діяльності, у зв'язку з чим являє собою особливий об'єкт вивчення. Під інструментами управління сировинним забезпеченням переробних підприємств розуміються дослідницькі прийоми і можливості, за допомогою яких відбувається реалізація методів управління і досягаються його цілі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Олейников С. В. Формування системи управління сировинним забезпеченням підприємств молочної промисловості: автореферат дис. кандидата економічних наук: 08.00.05 / Олейников Сергій Володимирович; [Місце захисту: Воронежський державний університет інженерних технологій] .- Воронеж, 2013.

2. Саліков, Ю. А. Системно функціональний розвиток менеджменту промислових підприємств і його інструментарію (теорія, методологія, практика) [Текст]: автореферат дис. д-ра економ. наук за спец. 08.00.05 «Економіка і управління народним господарством: економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами -промисленность» [Текст] / Саліков Ю. А. - Воронеж, 2008. - 44 с.

3. Хорев, А. І. Системно-функціональний розвиток менеджменту промислових підприємств [Текст] / А. І. Хорев, Ю. А. Саліков. - Воронеж: Витоки, 2008. - 318 с.

УПРАВЛІНСЬКА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА

Г.Г. Осадча, канд. екон. наук, доцент

І.М. Власенко

Національний університет харчових технологій

Поняття «дані» та «інформація» близькі за своїм змістом, між ними є важлива різниця: дані – це «сирі» факти та числа, які лише будучи обробленими, стають інформацією. Управлінська інформаційна система (*Management Information*

System — MIS) – це набір взаємопов'язаних підсистем, які фільтрують та обробляють дані із множини внутрішніх і зовнішніх джерел з тим, щоб отримати потрібну для використання інформацію, пов'язану з діяльністю організації [1, с. 26].

Управлінська інформаційна система визначається структурою організації.

Якщо розглядати на прикладі виробничого підприємства харчової промисловості, то структура інформаційної системи має взаємопов'язувати функціональні підрозділи об'єкта управління.

При побудові інформаційної системи підприємства, що задовольняє потреби управлінського обліку важливо зупинитися на такому основному моменті як ступінь уніфікації та деталізації управлінської інформації, що по суті є реалізацією принципів управлінського обліку, а саме: принципу спадкоємності і багаторазового використання інформації та принципу повноти та аналітичності інформації.

Однією з найважливіших функцій є інформаційна, яка реалізується шляхом забезпечення керівників структурних підрозділів і підприємства необхідною інформацією для здійснення планування, контролю і всебічного аналізу з метою прийняття ефективних управлінських рішень [2].

Економічна інформація, що надається для прийняття управлінських рішень відображає виробничо-господарську діяльність підприємства.

Нормативно-довідкова інформація використовується при плануванні, контролі та аналізі виробничо-господарської діяльності підприємства. Склад нормативно-довідкової інформації визначається типом виробництва, асортиментом і складністю продукції, технологією і організацією виробництва, внутрішньовиробничим розподілом праці тощо.

Упорядкована та згрупована нормативно-довідкова інформація отримала назву – нормативне господарство підприємства.

Планова інформація містить дані для вибору альтернативних варіантів дій, що будуть обрані на майбутній плановий (бюджетний) період в розрізі оперативного, поточного, коротко- довгострокового планування і стратегії розвитку підприємства.

Стратегічне планування потребує специфічної інформації, а саме: інформації про зовнішнє маркетингове середовище; інформації щодо ресурсного забезпечення в довгостроковому періоді; інформації щодо довгострокової кадрової стратегії; інформації щодо питань технічного переозброєння та розробки стратегії капітальних вкладень тощо.

Тактичне планування має своєю метою ув'язати в часі за напрямками, стадіями розробки і впровадження конкретних заходів, спрямованих на виконання стратегічних цілей підприємства. Зазвичай тактичне планування подається короткостроковими планами на 1-3 роки у вигляді гнучких бюджетів, які постійно корегуються у розрізі року, півріччя, кварталу, місяця.

Поточні плани (бюджетування) складаються на період до 1 року або операційного циклу.

Таким чином, управлінська інформаційна система в своєму складі містить елементи нормування, планування і контролю, які дають можливість розширити інформаційну і регулюючу функції обліку, забезпечують зв'язок між виробничими, технологічними і економічними службами підприємства.

Звітна інформація надає дані про фактичне досягнення планових (прогнозних) основних і похідних техніко-економічних показників діяльності підприємства та забезпечує зворотній зв'язок в кругообігу інформаційних потоків.

За ступенем узагальнення економічна інформація поділяється на первинну і зведену.

Первинна інформація може бути як внутрішньою так і зовнішньою. Зведена інформація є похідною по відношенню до первинної і характеризується високим рівнем узагальнення, цілеспрямованістю, відповідністю інформаційних запитів певного рівня управління.

Інформація може бути також кількісною і якісною.

Кількісна інформація вимірюється кількісними обліковими вимірювачами, а саме: грошовими; трудовими; натуральними, умовно-натуральними тощо.

Якісна інформація також вимірюється відповідними обліковими вимірювачами, але поряд з тим характеризує якісний склад об'єкта обліку. Наприклад, склад персоналу за категоріями персоналу, склад основних засобів і їх стан тощо.

Правильність управлінських рішень ґрунтується на якості їх інформаційної підтримки, що забезпечує управлінська інформаційна система. Виходячи з вище сказаного можна стверджувати, що ефективними будуть лише управлінські інформаційні системи, що побудовані з врахуванням дії економічних, природничих, соціальних законів і принципів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апчерч Алан Управленческий учет: принципы и практика / Пер. с англ. — М.: "Финансы и статистика", 2002. - с.951.

2. Інформація як основа ведення управлінського обліку та управління витратами. [Електронний ресурс]; Режим доступу <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/656.pdf>

НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІН В ОБЛІКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

І.Ю. Предко, викладач

Коледж ресторанного господарства

Національний університет харчових технологій

Сьогодні, на етапі трансформації та різкого погіршення стану української економіки, що є наслідком військових дій на сході країни та втратою близько п'ятої частини виробників промислової продукції, надвеликими витратами бюджету країни на ведення війни та катастрофічне знецінення національної валюти призвели до зuboжіння населення через різке зростання цін на промислову продукцію та продукти харчування, а також подальший розвиток економічної кризи, вкрай необхідним є запровадження механізмів збереження та розвитку підприємств в умовах кризи.

На сучасному етапі розвитку економічної ситуації в Україні не доцільно обмежуватися частковими рішеннями на підприємствах, окремими покращеннями техніки і технологій. Нова посткризова промислова політика потребує сучасних підходів: відмова від принципу всеосяжності; перехід від вузької функціональної спеціалізації до інтеграції бізнес-процесів; запровадження нових методів управління, таких як аутсорсінг і аутстафінг в виробництві та інших сучасних напрямків ефективного господарювання.

Проведення модернізації виробництва на підприємствах України в моменти кризи вимагає багато зусиль через застарілу матеріально-технічну базу підприємств,

інфляцію. Це є також капіталомістким, важко здійсненим процесом і вимагає тривалого часу. Сьогодні необхідно, щоб на кожному підприємстві була сформована і правильно проводилась облікова політика, що в кінцевому рахунку підвищить їх конкурентоздатність та інноваційну активність.

Робота по введенню продукції у виробництво повинна проводитись паралельно з відображенням в системі обліку та контролю всіх операцій: від придбання сировини до продажу готової продукції, що в умовах кризи має свої особливості. В процесі освоєння нової техніки здійснюється поступовий перехід з випуску застарілої продукції на нову, тобто неухильно відбувається процес оновлення техніки в виробництві на підприємствах України, що в умовах кризи потребує гнучких підходів в системі обліку, і змін в обліковій політиці.

Відображення в обліковій політиці порядку зняття з виробництва застарілої продукції є необхідною процедурою в наступних випадках: невідповідність техніко-економічного рівня і якості продукції, що випускається, сучасним вимогам; скорочення номенклатури продукції внаслідок робіт по уніфікації та стандартизації; виявлення при експлуатації якостей продукції, які негативно позначаються на стані навколишнього середовища та здоров'ї людей; вплив конкурентних умов, відсутність достатнього купівельного попиту й замовлень на постачання продукції.

Будь-який вид нової техніки має бути орієнтований на досягнення певного техніко-економічного ефекту, який отримує виробник конкретних видів продукції. Так, на етапі освоєння нової техніки, коли витрати досягають високого рівня (через необхідність експериментально-конструкторських розробок та перевірок), рівень потреби в ній відносно невисокий.

В результаті освоєння виробництва, витрати різко знижуються, і ефект від впровадження нової техніки значно зростає. А на етапі, коли техніка застаріває її собівартість починає зростати, і ефект від її впровадження різко знижується. При цьому потреба в ній практично насичується, і така техніка повинна бути замінена новою, більш досконалою. Відповідно, враховуючи дані тенденції, необхідно складати прогнози потреби в новій техніці, оцінювати тривалість її життєвого циклу і періоди її заміни.

Підприємство як цілісна виробнича система може розглядатися в різних аспектах: техніко-технологічному, організаційно-економічному, соціальному. Це свого роду підсистеми, які складаються з характерних для кожної елементів. Для вирішення комплексних завдань, пов'язаних з розвитком НТП на підприємстві, ці неоднорідні елементи можуть бути, певним чином, згруповані і розглянуті як особливі організаційні і функціональні модулі чи блоки модулів, які повинні відображатися в оновленій (у зв'язку з необхідністю збереження підприємства в умовах кризи) обліковій політиці.

Таким чином, можна зробити висновок, що базою нової, посткризової політики на підприємствах повинна стати побудова обліково-аналітично-контрольної системи, найважливішими складовими елементами якої є: ефективна система обліку, аналізу та внутрішньогосподарського контролю на підприємствах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Жук В.М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки: [монографія] / В.М. Жук; ред. О.О. Аврамчук. - К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки" УААН, 2009. - 648 с.

2. Каменська, Тетяна Олександрівна. Внутрішній аудит. Сучасний погляд [Текст] : монографія / Т. О. Каменська. - К. : Інформ.-аналіт. агентство, 2010. - 499 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 484-499. - 300 экз.

3. Кирейцев Г. Г. Глобализация экономики и унификация методологии бухгалтерского учета : научный доклад [Текст] / Кирейцев Г. Г.; ЖГТУ. – Житомир : ЖГТУ, 2008. – 76 с.

4. Ткаченко, Надія Марківна. Теоретико-методологічні проблеми формування бухгалтерського фінансового обліку [Текст] / Н. М. Ткаченко. - К. : А.С.К., 2001.

РЕФОРМУВАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ АУДИТУ ЯК УМОВА НОРМАТИВНОЇ ВІДПОВІДНОСТІ ЗАКОНОДАВСТВУ ЄС

Л.І. Прохорова, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

В даний час інтеграція України до Європейського союзу є досить актуальним питанням. Це вимагає трансформації законодавства в цілому і, зокрема, у сфері аудиту. Останнім часом особливого занепокоєння на міжнародному рівні викликають питання посилення контролю за аудиторською діяльністю з метою повернення довіри до фінансової звітності, підтвердженої аудитом, а отже – і до аудиту. З цією метою протягом 2006-2014 рр. на міжнародному рівні було прийнято ряд нормативно-правових документів. Серед них слід виділити Директиву ЄС стосовно обов'язкового аудиту 2006/43/ЄС, зміни та доповнення до якої були внесені у травні 2014 р. Директивою ЄС 2014/56/EU. Досить важливим документом є і Регламент №537/2014 щодо обов'язкового аудиту компаній суспільного призначення. У зв'язку з цим потреба реформування аудиторського ринку в Україні набуває особливого значення, потребує обговорення і розробки програми імплементації зазначених нормативних документів.

Питання аудиторської діяльності постійно перебувають в центрі уваги науковців. Дослідженням даної теми займаються такі вчені, як О. Петрик, В. Сопко, Ф. Бутинець, Г. Давідов, М. Кужельний, А. Кузьмінський, В. Рудницький, В. Савченко, В. Лисина, В. Чая, О. Тараній, Н. Беренда та ін.

В умовах інтеграції України до ЄС проблеми стандартизації аудиторської діяльності в Україні на сьогоднішній день є актуальними. 56-а Директива ЄС містить нові підходи країн ЄС до забезпечення якості аудиту, в межах яких слід розглянути майбутні зміни для аудиторського ринку України, так як підписавши Угоду про асоціацію з ЄС, Україна зобов'язалася поступово привести своє законодавство у відповідність до його законодавчих актів. Слід зазначити, що країнам Європейського економічного простору відведено лише два роки на імплементацію у національне законодавство нововведень Директиви та Регламенту ЄС 537/2014.

Метою дослідження є підвищення якості аудиторських послуг згідно змін Директиви ЄС про обов'язковий аудит.

Постановка завдання. Дослідження напрямів гармонізації законодавства з Директивами ЄС.

До 2002 р. світова аудиторська спільнота була саморегульована. Саморегульованість забезпечувалася роботою професійних організацій у напрямку розробки стандартів і регламентів аудиту.

Аудиторські компанії також виконували певні функції з метою послідовного

забезпечення належної якості аудиторської роботи, зокрема цій меті слугували системи контролю якості.

Хвиля банкрутств компаній в США, Європі, Японії, корпоративна фінансова звітність яких була підтверджена аудитом, викликала потребу у забезпеченні суспільного нагляду за якістю аудиту. Правовою базою з переліком вимог щодо системи суспільного нагляду є Директива ЄС 2006/43/ЄС із змінами та доповненнями згідно Директиви ЄС 2014/56/EU. Орган суспільного нагляду повинен мати необхідні ресурси і нести відповідальність за проведення перевірок аудиторами, які проводять аудит компаній суспільного значення, тобто виконувати свої функції в інтересах суспільства. Директива містить стандарти і правила, реалізація яких має на меті: підвищення стандартів якості аудиту і фінансової звітності; створення єдиного ринку; зменшення затрат для проведення аудиту. Серед основних визначень, що містяться в документі, є такі, як: «компетентні органи», «суб'єкти суспільного інтересу» та ін.

Компетентні органи призначаються у відповідності з законом, в обов'язки яких входить регулювання і/або нагляд за діяльністю зовнішніх аудиторів і аудиторських компаній. Вони наділяються повноваженнями щодо здійснення нагляду над: затвердженням і реєстрацією зовнішніх аудиторів і аудиторських компаній; прийняттям стандартів професійної етики, внутрішнього контролю якості аудиту і аудиторських компаній, безперервним навчанням, системами забезпечення якості, розслідування і застосування адміністративних і дисциплінарних стягнень.[2]

Суб'єкт суспільного інтересу - компанія, зареєстрована на фондовій біржі, кредитні заклади і страхові компанії. ЄС дозволяє самостійно визначати членів суб'єктів суспільного інтересу. Як формування складу компетентних органів, так і визначення критеріїв щодо віднесення підприємств до суб'єктів суспільного інтересу є новим і потребує детального дослідження та внесення змін до законодавства України.

Нова Директива ЄС вносить суттєві зміни до системи регулювання аудиторської діяльності. Європейське законодавство вимагає запровадження високого контролю якості аудиту, особливо щодо суб'єктів суспільного інтересу. Асоціація з ЄС, відкриваючи українському аудиторському ринку нові можливості для надання послуг, вимагає такого ж підходу до стандартизації аудиторської діяльності в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України Про аудиторську діяльність №3125-XII від 22 квітня 1993 р.: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>
2. Директива 2006/43/ЕК от 17 мая 2006 г.: [Електронний ресурс]. Режим доступу :www.worldbank.org/CFRR/Events/Audit/-Forum-Kyiv.
3. Регламент (ЕС) № 537/2014 от 16 апреля 2014 г.: [Електронний ресурс] Режим доступу :www.worldbank.org/CFRR/Events/Audit/-Forum-Kyiv.
4. Андросова, О.Ф., Арбатова, Ю.В. Стандартизація аудиторської діяльності в Країнах ЄС та Україні // Сталый розвиток економіки.-2013.-№3.-С.256-259
5. Макарич, О. Аудиторську діяльність до стандартів ЄС / О.Макарич // Незалежний аудитор.-2012.- №4.- С.10-11

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ І НА ПІДПРИЄМСТВАХ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Т.Ю.Редзюк, ст.викладач

Національний університет харчових технологій

Запаси є одними із найбільш вагомих об'єктів в структурі оборотних активів. Враховуючи те, що основою промисловості, зокрема молочної, є виробничі запаси, їх достовірна оцінка є одним зі способів підвищення ефективності роботи та конкурентоспроможності підприємств молочної промисловості, що забезпечується бухгалтерським обліком і контролем виробничих запасів. Він здійснюється на всіх етапах їх руху (придбання, оприбуткування, зберігання, відпуск у виробництво, використання у виробництві, споживання, реалізація тощо). В основі методології бухгалтерського обліку виробничих запасів лежить їх достовірна оцінка. Вона є одним з важливих інструментів ефективної діяльності підприємства та викликає практичний інтерес, оскільки оцінка запасів впливає як на валюту балансу, так і на собівартість виготовленої продукції і, як наслідок, на визначення фінансового результату діяльності.

Оцінка виробничих запасів за вимогами П(С)БО 9 “Запаси” здійснюється при їх надходженні, вибутті та на дату балансу [2].

Молочна промисловість є однією з провідних галузей харчової промисловості, молоко та молочні продукти займають особливе місце в раціоні харчування. Вони є основними постачальниками тваринного білка, жиру, молочного цукру, без вживання яких нормальна життєдіяльність людини неможлива. Для безперервності виробничого процесу необхідна достатня кількість виробничих запасів. Системою бухгалтерського обліку надається достовірна інформація та ведеться постійний контроль за їх якістю та кількістю і це є запорукою стабільності господарської діяльності підприємства [1]. При відображенні в бухгалтерському обліку руху виробничих запасів виникає необхідність в їх ідентифікації та достовірній оцінці, що забезпечує транспарентність інформації для потреб користувачів та якість системи їх управління.

В.В. Сопко визначає, що, “оцінка – це спосіб вартісного визначення господарських фактів і процесів, за допомогою якого натуральні (речові і трудові) характеристики перетворюються на вартісні”. Дане твердження є не досить точним, адже неможна господарські процеси подати у вартісному виразі.

Налагодженість системи бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю визначає достовірність оцінки, що, в свою чергу, впливає на прийняті управлінські рішення, які базуються на інформації, що вони надають.

Визначальним в оцінці виробничих запасів, які надходять на підприємства, зокрема в молочній промисловості, є джерело надходження (придбання самим підприємством, безоплатне отримання, внесок до статутного капіталу, обмін на подібні та неподібні об'єкти та ін.)

На основі проведеного аналізу існуючих підходів до оцінки виробничих запасів при надходженні на підприємства молочної промисловості ми визначили необхідність дотримуватися при оцінці виробничих запасів принципу «об'єктивності», оскільки, завдяки його використанню виробничі запаси будуть оцінені найбільш точно, тобто дані будуть достовірними; встановили порядок визначення вартості виробничих запасів в залежності від шляхів надходження їх на

підприємство; розмежували поняття «справедлива вартість» і «звичайна ціна». Подальші наші дослідження направлені на надання методичних рекомендацій стосовно об'єктивної оцінки виробничих запасів на підприємствах молочної промисловості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бухгалтерський словник / [за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця]. – Житомир: ПП «Рута», 2001. – 224 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» від 20 жовтня 1999 р. N 246 зі змінами та доповненнями

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ МСФЗ

С.Ю. Скоморохова

Національний університет харчових технологій

Повне та правдиве подання інформації про фінансовий стан підприємства у фінансовій звітності в значній мірі залежить від рівня формування та застосування облікової політики, яка б враховувала умови діяльності підприємства, організаційно-технічні особливості тощо [1, с. 178].

Визначення терміну «облікова політика» в законодавстві України наведене у статті 1 Закону України № 996-XIV від 16.07.1999 «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», в пункті 3 розділу I Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [2; 3].

Згідно з параграфом 5 МСБО (IAS) 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки», облікові політики – конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансової звітності [3].

Методичний аспект облікової політики визначає варіанти відображення в бухгалтерському обліку та отримання інформації про факти господарської діяльності, виходячи з альтернативних способів (прийомів) та специфіки діяльності підприємства [1, с. 66].

Облікова політика може бути як стандартизована, так і нестандартизована. Умовно організацію бухгалтерського обліку можна поділити на такі етапи (рис.1).

Наявність затвердженої на підприємстві облікової політики – прямий обов'язок вищого керівництва підприємства, встановлений п. 5 ст. 8 Закону N 996, а її дотримання — обов'язок головного бухгалтера та інших осіб, що відповідають за ведення господарського обліку підприємства. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства, затверджені наказом Мініну від 27.06.2013 р. N 635 (далі – Методрекомендації), дозволяють створити нове чи вдосконалити наявне положення про облікову політику вашого підприємства просто і ефективно.

Облікова політика підприємства може містити інформацію, яка дозволить зробити бухгалтерський облік більш прозорим, а господарські процеси – більш контрольованими. Це повною мірою стосується створення і належної адаптації під правила ведення бухгалтерського обліку робочого плану рахунків виробничого підприємства.

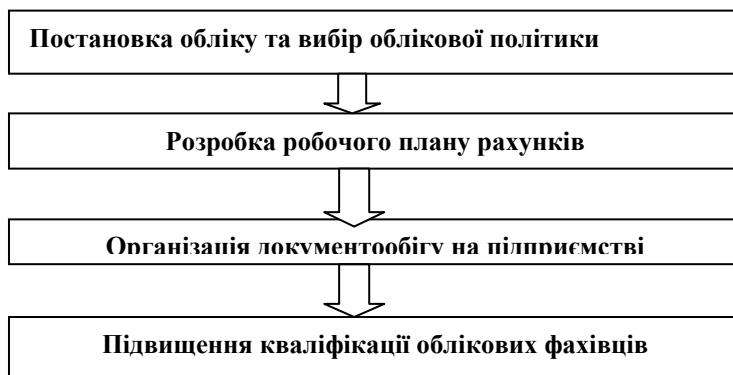


Рис.1. Порядок організації облікової роботи на підприємстві

З метою раціональної організації діловодства на підприємствах необхідно визначити ті потоки документообігу, які найбільше впливають на здійснення основних функцій підприємства. Вивчення інформаційних потоків дає можливість визначити завантаженість структурних підрозділів прийняттям, передачею та опрацюванням первинної документальної інформації.

Законодавчі зміни, що відбулися останнім часом в реформуванні бухгалтерського обліку, є лише першими кроками до повноправного запровадження МСФЗ в Україні. Тому, навіть на тих підприємствах, де переходу на МСФЗ закон сьогодні не вимагає, бухгалтери мають бути готові до їх застосування. Для цього потрібно: розробити якісне Положення про облікову політику на підприємстві, у якому зазначити такі облікові норми в межах дозволеного стандартами, які максимально би враховували специфіку та тактичні цілі діяльності Вашого підприємства; підібрати бланк-форму фінансової звітності за МСФЗ, яка б відповідала найкращим галузевим практикам; доопрацювати власний робочий план рахунків таким чином, щоб без зайвих зусиль автоматизувати процес складання такої звітності; удосконалити документообіг, позбувшись зайвих документів та ітерацій, доповнивши натомість дійсно важливі процедури; оволодіти основами МСФЗ за допомогою визнаних сертифікаційних програм.

Платникам податку на прибуток наявність наказу про облікову політику є обов'язковою. Оскільки відповідно до пп. 145.1.9 ПКУ саме в ньому повинні бути визначені методи нарахування амортизації. Контролери, здійснюючи перевірки, не упустили можливості впевнитись у наявності даного документу. А за його відсутності можуть визнати нарахування амортизаційних витрат неправомірним та виключити їх із податкових витрат підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пушкар М.С. Теорія і практика формування облікової політики: монографія / М.С. Пушкар, М.Т. Щирба. – Тернопіль: Карт-бланш, 2010. –260 с.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73 [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=293533
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. – Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 [Електронний ресурс] / Сайт «Законодавство

ХАРАКТЕРИСТИКА ЕТАПІВ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Н.Г. Слободян, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Входження України до світового економічного простору обумовлює необхідність опанування нових для вітчизняних підприємств моделей та методів аналізу, необхідних для прийняття виважених, доцільних і, що дуже важливо, вчасних та адекватних зовнішній ситуації управлінських рішень.

Досвід показує, що застосовувані до теперішнього часу у вітчизняній практиці методичні підходи до аналізу зосереджуються на дослідженні внутрішніх факторів, що обмежують або сприяють росту підприємства на ринку, і значно менше уваги приділяється вивченню різних зовнішніх чинників впливу на конкурентне становище підприємства.

В таких умовах у системі управління підприємством, орієнтованій на стратегічний розвиток, винятково актуального значення набуває стратегічний аналіз, який розглядається як виконання відповідної функції управління, орієнтованої на перспективу і такої, що має високий ступінь невизначеності. Світова практика бізнесу показує, що більшість організацій, які досягли значних результатів, завдячують саме впровадженню системи стратегічного управління.

Складовими етапами аналізу та розробки стратегії на підприємстві є: аналіз місії та цілей; аналіз внутрішнього середовища; аналіз зовнішнього середовища; комплексний аналіз середовища в цілому. При цьому слід зазначити, що кожний етап стратегічного аналізу потребує відповідного методичного забезпечення [1]

У таблиці наведено набір інструментів – методів, моделей, концепцій, графіків, які доцільно застосовувати на кожному етапі аналізу та розробки стратегії. Важливою складовою стратегічного аналізу є розробка стратегічних рішень, власне аналітичних висновків в розрізі кожного етапу дослідження.

Характеристика етапів стратегічного аналізу на підприємстві

Етапи	Аналіз місії і цілей	Аналіз внутрішнього середовища	Аналіз зовнішнього середовища	Аналіз середовища в цілому
Задачі	Ідентифікація місії та цілі розвитку	Оцінка стратегічного потенціалу	Оцінка стратегічного клімату (умов)	Оцінка стратегічної позиції та оцінка конкурентної переваги
Інструменти	1. Модель виробничо-господарської системи Підприємства. 2. Модель системи стратегічного управління.	1. Життєвий цикл виробів, товарів, технологій, організацій. 2. Виділення стратегічно господарюючих центрів.	1. Життєвий цикл галузі. 2. Аналіз «поля сил». 3. STEP-аналіз. 4. Стратегічні зони. 5. Контактні аудиторії Котлера. 6. Концепція рушійних сил.	1. Матриця Ансоффа «продукт/ринок». 2. Матриця БКГ. 3. Матриця «Дженерал Електрик – МакКінсі». 4. SWOT-аналіз.

	3. «Дерево цілей» підприємства.	3. Крива навчання. 4. Графік Портеру «рентабельність - частка ринку»	7. Конкурентні сили Портеру. 8. Ключові фактори успіху.	5. Матриця «покупець – продавець». 6. Матриця життєвого циклу.
Рішення	Вибір структури і корегування місії. Вибір цілі і корегування Розвитку. Вибір структури «дерева цілей».	Вибір варіанта структури внутрішнього середовища (потенціалу). Вибір методів. Вибір оцінки потенціалу.	Вибір варіанта структури зовнішнього середовища (умов). Вибір методів. Вибір оцінки клімату.	Вибір варіанта структури стратегічного простору. Вибір методів. Вибір оцінки позиції. Ідентифікація стратегій за позиціями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посіб. — К.: Професіонал, 2006.
2. Чернелевський Л.М., Слободян Н.Г., Михайленко О.В. Аналіз діяльності підприємств та банківських установ: економічний, фінансово-інвестиційний, стратегічний: Підручник. — К.: Хай-Тек Прес, 2009. — 640 с.

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Л.М. Соломчук, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Вирішення сучасних проблем стабілізації національної економіки, досягнення високих темпів стійкого економічного зростання, забезпечення соціального розвитку суспільства вимагає вдосконалення процесу управління. Цей процес реалізується через управлінські рішення, які визначають результати діяльності і окремого підприємства. Забезпечення високої якості управлінських рішень є комплексною проблемою, яка залежить від багатьох чинників. За цих умов актуальності набуває створення такої системи підтримки прийняття рішення, яка б дозволяла вчасно ідентифікувати стан керованої системи навіть за обмеженої інформації і непрямих ознаках посилення кризових тенденцій, а також створювати базу для прогнозування можливих наслідків. Ці задачі вирішуються в процесі діагностики фінансового стану підприємства як складової частини антикризового управління.

Діагностика фінансового стану є багатофакторною системою підтримки прийняття управлінських рішень, заснованою на принципово новій антисипативній концепції управління. Така система покликана забезпечувати комплексне виявлення, аналіз, ліквідування та прогнозування проблем підприємства з метою забезпечення прийняття випереджуючих управлінських рішень, спрямованих на досягнення його стратегічних та тактичних цілей.

Аналіз існуючих підходів до визначення сутності антикризового управління дозволяє зробити висновок, що більшість вітчизняних науковців та економістів під таким управлінням розуміють лише управління в умовах кризи та виходу з неї, тобто

звужують поняття антикризового менеджменту до проблем банкрутства підприємства, його санації та реструктуризації, тоді як превентивний аспект антикризового управління можна розцінювати як визначальну його складову. Антикризове управління підприємством – це система управлінських заходів та рішень з діагностики, попередження, нейтралізації і подолання кризових явищ та їхніх причин за умов мінімізації втрат та негативних наслідків. Ключовим моментом антикризового управління є саме попередження кризових ситуацій, тому будь-яке управління повинно мати антикризовий характер.

В сфері антикризового управління виділяють наступні функції антикризового управління, це аналітична функція, яка і включає діагностику фінансового стану, аналіз та облік, планування, організація, мотивація та контроль. Дана класифікація відображає те, наскільки загальні функції управління відповідають цілям його функціонування та є найбільш узагальненою і логічною.

Діагностика в антикризовому управлінні включає дослідження базових показників господарської діяльності соціально-економічної системи, всебічний аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на фінансово-економічний і техніко-технологічний стан підприємства та експертне оцінювання розроблених заходів, перспектив фінансового оздоровлення та превентивної санації, а також досягнення цілей прогнозування. Відповідно, сутність діагностики полягає у здатності оперативно розпізнавати дестабілізуючі фактори та процеси на підприємстві, забезпечувати прийняття випереджувачих управлінських заходів з метою запобігання виникнення проблем у розвитку організації та підвищення ефективності системи управління в цілому.

В контексті такого розгляду проблеми відправною точкою діагностики в системі антикризового управління є діагностика фінансового стану підприємства, оскільки фінансовий стан підприємства як комплексне поняття, що є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Оптимізація фінансового стану є однією з умов успішного розвитку підприємства в майбутньому, а погіршення фінансового стану свідчить про загрозу його можливого банкрутства як заключного етапу фінансової кризи.

Враховуючи наведену вище аргументацію, під діагностикою фінансового стану підприємства потрібно розуміти ідентифікацію стану об'єкта через реалізацію комплексу дослідницьких процедур, направлених на виявлення домінантних факторів такого стану, симптомів та причин виникнення проблеми або можливих ускладнень, оцінку можливостей підприємства реалізувати стратегічні і тактичні цілі, підготовку необхідної інформаційної бази для прийняття рішення.

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ ОЛІЙНОЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

М. В. Субота, аспірант

Національний університет харчових технологій

Стратегії розвитку підприємств олійножирового комплексу є взаємозалежними, та такими, що пов'язані причинно-наслідковими взаємозв'язками.

Комплексна реалізація сукупності функціональних стратегій дозволить забезпечити досягнення мети стратегії розвитку підприємств олійножирової галузі промисловості.

Так, в умовах ринку покупця основним чинником розвитку олійножирової галузі є попит. Оскільки в умовах сталого внутрішнього попиту розвиток національного олійножирового виробництва відбувається за рахунок розширення зовнішнього попиту, основною стратегічною альтернативою, яка стимулює розвиток підприємств є експорт продукції та задоволення потреб внутрішнього ринку. Основними стратегічними альтернативами, які дозволяють реалізувати вищезначену стратегію експорту є: зростання потужностей, що дозволить збільшувати обсяги експорту; глибока переробка сировини шляхом зростання частки рафінованої олії в структурі експорту олії; комплексна переробка сировини в напрямі зменшення неефективного використання лушпиння; зростання обсягів виробництва з лушпиння та залишків сільськогосподарського виробництва біоенергетичних продуктів у вигляді пелет та брикетів, які мають значний експортний потенціал.

За останні роки олійножирова галузь перетворилася в потужного експортера готової продукції на світовий ринок. В Україні споживається всього 20% соняшникової олії, яка виробляється, 80 % - поставляється на експорт [1].

Значний внесок у розвиток експортоорієнтованої стратегії внесла державна політика обмеження експорту олійного зерна шляхом збереження експортного мита після вступу до СОТ. Все це призвело до того, що із 2012 року Україна насіння соняшнику не експортує і тому 100% сировини переробляється на виробничих потужностях олійножирових підприємств.

Для реалізації кожної із означених стратегічних альтернатив, які реалізують функціональну стратегію експорту, на підприємстві розробляється інвестиційна стратегія як логічна послідовність етапів досягнення поставленої мети. Інвестиційна стратегія олійножирових підприємств України реалізується в наборі стратегічних альтернатив, які притаманні різним підприємствам в залежності від стану розвитку їх виробничої бази та розвитку інфраструктури.

В залежності від мети, інвестиційна стратегія може набути вигляду наступних стратегічних альтернатив: будівництва нових олійножирових підприємств, модернізації існуючих підприємств, консолідація земельних активів шляхом поглинання сільськогосподарських підприємств. Реалізація кожної із стратегічних інвестиційних альтернатив вимагає відповідного обсягу фінансових ресурсів, джерело надходження яких залежить від обсягів фінансування, стану кредитоспроможності підприємства, вартості ресурсів тощо.

Слід зауважити, що олійножирова галузь України вважається однією з найбільш інвестиційно-привабливих. Активний інвестиційний розвиток галузі бере свій початок з 2009 року, щорічне збільшення виробничих потужностей становило 800–900 тис. тонн. Галузь щороку отримувала інвестицій більше ніж на 200 млн дол. На перших порах фінансувалося будівництво виробничих потужностей. На сьогодні понад 50% капітальних витрат компанії спрямовують в інфраструктуру, яка підтримує галузь — елеватори, логістику, порти й термінали для перевалювання.

Виходячи із проведеного аналітичного дослідження стану розвитку олійножирової галузі та представленого взаємозв'язку між функціональними стратегіями, можна стверджувати про те, що кожна корпоративна стратегія реалізується через логічно структуровану послідовність реалізації кожної функціональної стратегії. Для успішної реалізації корпоративної стратегії важливе

значення має визначення місця та часу реалізації кожної функціональної стратегії в системі стратегічних альтернатив реалізації корпоративної стратегії підприємства.

Проведена структуризація функціональних стратегій розвитку підприємств олійножирової галузі дозволила виявити пріоритетність виробничої стратегії в реалізації корпоративної стратегії розвитку. На сьогодні основними стратегічними альтернативами виробничої стратегії олійно-жирових підприємств є: розширення асортименту продукції, глибока переробка олії, комплексна переробка сировини та завантаження виробничих потужностей.

Значні резерви зростання ефективності олійножирових підприємств пов'язані з переробкою сої. За даними Держкомстату, темпи виробництва сої мають тенденцію до стрімкого зростання. Так, якщо в 2010 році виробництво сої становило 1680,2 тис. т, то в 2013 році воно зросло до 2774,3 тис.т.

Щорічні обсяги виробництва олії рафінованої в Україні складають до 600 тис.тонн або 15% від загальних обсягів виробництва олії соняшникової нерафінованої. Обсяги експорту олії соняшникової рафінованої щорічно знаходяться у межах 200 тис.тонн, що складає 30% від обсягів її виробництва. Олія соняшникова рафінована поставляється на експорт, виходячи із зовнішньоекономічних контрактів, які відображають потреби імпортерів. Найбільшим попитом на світовому ринку користується олія соняшникова нерафінована, що обмежує можливість значного зростання виробництва олії соняшникової рафінованої в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Олійно-жирова галузь України / Інформаційно-аналітичний бюлетень олійно-жирової галузі України та Російської Федерації. Показники роботи за 2012-2013 рр. — Харків : УкрНДІОЖ НААН. - 145 с.

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Ю.Л.Темчишина, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Об'єктивною характеристикою розвитку сучасного суспільства є формування єдиного світового простору на основі фундаментальної тенденції розвитку світового господарства — глобалізації. Глобалізація являє собою процес всесвітньої економічної, політичної і культурної інтеграції і уніфікації. У результаті глобалізації світ стає залежним від всіх його суб'єктів, які функціонують в умовах постійних ринкових трансформацій. В цьому зв'язку зростає роль системи управління діяльністю виробничих підприємств на основі удосконалення її інформаційно-аналітичної складової та інструментів управління.

Так, система управління сучасним підприємством передбачає вирішення як поточних управлінських завдань, що пов'язані з реалізацією конкретних проблем операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, так і стратегічних, які визначають його розвиток в довгостроковій перспективі. В цьому зв'язку актуальною стає проблема удосконалення традиційного планування як ключової функції управління. Критерієм об'єктивності процесу планування є новітнє індикативне

прогнозування, в якому раціонально поєднуються ринкові, ймовірнісні та формалізовані планові засади. Тому прогноз, здійснений на основі досконалого інформаційно-аналітичного забезпечення, логічно трансформується в достатньо обґрунтований перспективний план.

Дослідженням проблем прогнозування та планування займалися вчені С.А.Агапцев, В.Г. Єрохін, Т. Коннолі, Ю.Г.Лисенко, Н.М.Петрова, В.І.Борисевич, Ф.А., Важинський, В.Ф., Байнев, К.А. Фісун, Д.М.Васильківський, В.П.Савчук, Г.Б.Клейнер та інші.

Практичне здійснення процесу прогнозування та планування на підприємстві вимагає широкої та достовірної інформаційної бази, яка формується в інформаційній системі управління підприємством.

Дослідження показало, що основними завданнями створення на сучасному підприємстві, яке розвивається за вектором глобальної конкурентоспроможності та євроінтеграції, інформаційної функціональної підсистеми з планування та прогнозування, слід вважати:

- створення інформаційної бази показників–індикаторів операційної, фінансової та інноваційно – інвестиційної діяльності підприємства;

- забезпечення раціонального інформаційного обміну між підрозділами підприємства для отримання синергічного ефекту від використання інформації та прийняття управлінських рішень;

- забезпечення управлінського персоналу підприємства засобами для ефективного вирішення задач планування та координації фінансово-економічних і виробничих процесів.

Реалізація завдань по створенню такої інформаційної системи дозволить вирішувати такі практичні проблеми:

- інтеграції внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків для ефективного багаторівневого управлінського аналізу;

- виконання багатоваріантних сценарних розрахунків з метою попередньої діагностики можливих наслідків прийняття управлінських рішень в умовах мінливого ринкового середовища, яке продукує економічні ризики;

- комплексного інформаційного забезпечення індикативного прогнозування та планування на підприємстві, яке об'єднує сукупність всіх інформаційних ресурсів і способів їх формування, необхідних і достатніх для раціональної реалізації послідовності етапів індикативного планування.

Не викликає заперечень, що сучасний менеджмент потребує актуальної та оперативної інформації з високим ступенем релевантності. В цьому зв'язку, враховуючи динамічне середовище функціонування підприємства з певними загрозами, правомірно вважати, що до встановлених законодавчо принципів бухгалтерського обліку і фінансової звітності доцільно додати наступні: адаптивності; релевантності інформації; взаємозв'язку внутрішніх і зовнішніх факторів; комплексного охоплення; внутрішнього застосування; ефекту синергії.

В загальній інформаційній системі управління підприємством важливо формувати функціональну підсистему з обліково-аналітичного забезпечення імовірнісного прогнозування та планування, основоположною складовою якої є інтегрована облікова інформація всіх видів обліку та звітності в поєднанні з сучасною методичною базою прогнозно-аналітичних розрахунків.

Імовірнісним прогнозуванням першочергово доцільно охопити такі напрями: побудова моделей для прогнозування показників–індикаторів інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства, динаміки доходу від реалізації продукції,

виробленої на підприємстві, витрат на одну гривню доходу (виручки) від реалізації, прибутку від операційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Безверхий, К.В. Інформаційний комплекс облікової системи та звітність в Україні [Текст]: монографія /К.В.Безверхий, Т.В.Бочуля. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 184 с.
2. Голов, С.Ф. Теорія багатоцільового бухгалтерського обліку / С.Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – №3. С.18-23.
3. Євдокимов, В.В. Адаптивна модель інтегрованої системи бухгалтерського обліку [Текст]: монографія /В.В.Євдокимов. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – 516 с.
4. Жук, В.М. Бухгалтерський облік: шляхи вирішення проблем практики і науки: монографія / В.М.Жук. – К.: ННЦ «Інситут аграр. екон.», 2012. – 454 с.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

Л.А.Терещенко, канд. екон. наук, профессор
Украинский гуманитарный институт

Прошедшее столетие называют Индустриальным веком, а век настоящий претендует стать Информационным. Доказывать, что современный бизнес неотделим от информационных технологий (IT- технологий) и INTERNET уже не надо.

В информационном процессе, которым есть управленческая деятельность, информация выступает как один из важнейших ресурсов, охватывает все стороны жизни общества — от материального производства к социальной сфере.

Создавая информационные системы, используют кибернетический или системный подход, который дает возможность рассматривать процесс управления объектом как информационный.

По мнению одного из руководящих специалистов в области системного анализа — академика РАН Мойсеева М.М.: «...ныне изучено довольно много разных типов систем, но построить теорию, которая была бы достаточно общей, пока что не представляется возможным.

Поэтому особое значение приобретает выделение классов реальных систем, для изучения которых можно использовать общие подходы».

Огромное внесение в создание и развитие этих областей знаний внесли такие ученые как: Г.Вагнер, А.Кофман, Д.Климанд, В.Кинг, Д.Диксон, Е.Квейд, М.П.Бусленко, Д.М.Гвишиани, В.М.Садовський, М. Г.Мойсеев, А.И.Уемов, В.В.Дружинин, М.Месарович, Дж. Нейман, Л. фон Берталанфи и др.

Системный (комплексный) подход относительно создания информационной системы — это комплексное изучение экономического объекта как одного целого с представлением его частей как целенаправленных систем, изучение этих систем и взаимоотношений между ними.

При создании управленческой информационной системы (УИС) или любой другой системы необходимо опираться на определенные принципы, общие требования, правила и нормы, которые нужно соблюдать при построении системы.

При разработке системы учитываются также характерные особенности системы управления, к которым принадлежат. Обязательным есть также соблюдения

нормативно-правовых норм и стандартов.

Сформулированные академиком В. Г. Глушковым научно-методические положения и практические рекомендации относительно проектирования автоматизированных систем сложились как основные принципы создания информационных систем (ИС): системности, развития, совместимости, стандартизации и унификации.

Чтобы разобраться в работе УИС, необходимо понять суть проблем, которые она решает, а также организационные процессы, в которые она включена.

Следует заметить, что даже относительно небольшие компании являются сложными системами, поскольку владеют непростой иерархической структурой с многочисленными взаимосвязями между объектом управления и системой управления.

Сам процесс управления характеризуется многофункциональностью, которая оказывается в особенностях реализации основных функций управления, где каждой функции присущи работы, которые объединены определенным содержанием и играют определенную роль в управленческой деятельности.

Общая сумма всех функций и есть процесс управления (Рис.1).

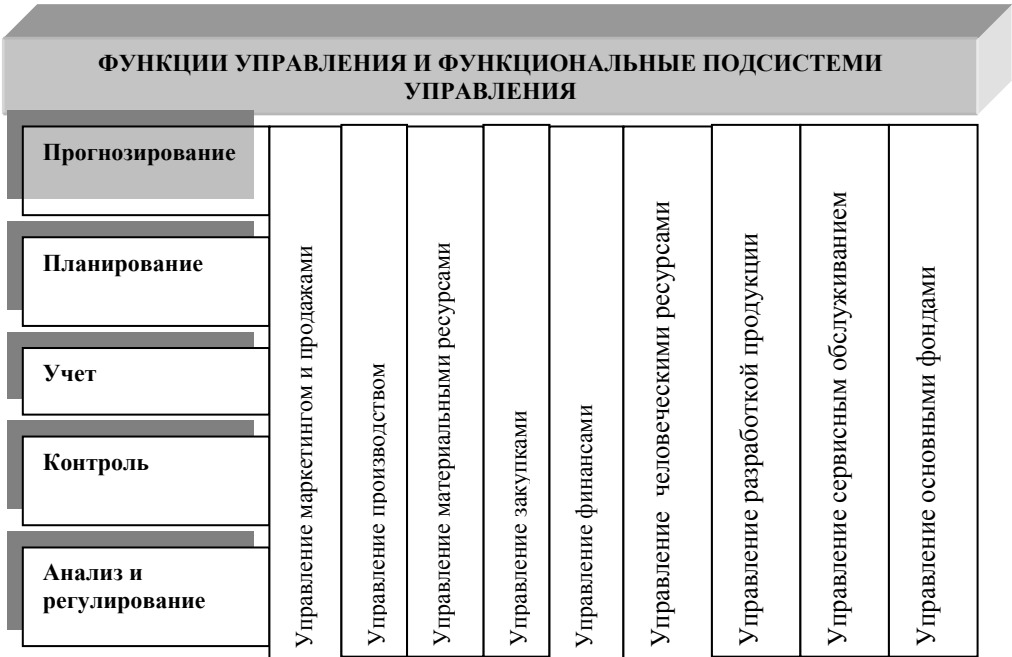


Рис.1. Функции управления и функциональные подсистемы управления

Не существует специальных стандартов, которые регламентируют функции корпоративных ИС, но как правило, такие системы ориентируются на широко распространенные методологии MRP, MRPII и ERP управление бизнесом, которые фактически являются стандартами.

Последней появилась концепция стандарта CSRP (Customer Synchronized Resource Planning), что регламентирует взаимодействие с клиентом,

субподрядчиком, выходя из рамок внутренней во внешнюю деятельность компании (Рис.2).

Данный стандарт систем управления компаниями CSRP охватывает взаимодействие с клиентами, оформление нарядов/заказов и технических заданий, поддержку заказчика на местах.

Таким образом, если стандарты MRP, MRPII и ERP ориентированные на внутреннюю организацию компании, то этот стандарт CSRP включает полный цикл — от проектирования будущего изделия, с учетом требований заказчика, к гарантийному и сервисному обслуживанию после продажи.



Рис.2. Система CSRP – планирование ресурсов компании, синхронизированное с потребителем

Подбивая итоги становится очевидным, что эффективного функционирования, можно достичь при условии внедрения в управленческую деятельность исследовательского подхода, глубокой модернизации, одним из самых важных составных частей которой есть использования современных достижений в сфере информационных технологий, которые обеспечивают полноту, своевременность информационного отображения управляемых процессов, возможность их моделирование, анализа, прогнозирование на всех уровнях иерархической структуры, а постоянно возрастающая сложность и динамичность производственных, экономических и социально-экономических систем, большие размеры этих систем, сложность их связей и взаимосвязей, колоссальные объемы вычислительных работ при планировании, прогнозировании и принятии управленческих решений — такие основания для широкого внедрения

управленческих информационных систем и технологий в практике учетно-аналитического обеспечения управления предприятием.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Зелинский С.Э.* Автоматизация управления предприятием. — Учебное пособие. — К.: Кондор, 2004. — с.518.
2. *Терещенко Л.О.* Управлінські інформаційні системи: /Л.О.Терещенко, С. В. Гужко, А. В. Шайкан// підручник з грифом МОН України (лист № 1.4/18-Г-1631 від 05.10.07) — К.: КНЕУ 2008. — 485с.
3. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация / Дэниел О'Лири. — М.: ООО «Вершина», 2004.—272с.

ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОБЛІК ПОДАТКОВИХ РІЗНИЦЬ

О.С. Щербина

Національний університет харчових технологій

Зі змінами Податкового кодексу України, які вступили в силу з 1 січня 2015 року, для бухгалтерів підприємств, установ, організацій та інших юридичних осіб усіх форм власності, які відповідно до Податкового кодексу України є платниками податку на прибуток підприємств і подають Декларацію з податку на прибуток, одним з нових практично не відпрацьованих питань є обчислення податкових різниць.

З ухваленням Податкового кодексу, в якому розрахунок оподатковуваного прибутку здійснюється за даними бухгалтерського обліку з застосуванням методу нарахувань, Україна поступово поглиблює рівень інтеграції національної системи бухгалтерського обліку в європейську та світові системи. Це створило передумови розрахунку оподатковуваного прибутку з застосуванням податкових різниць, що є основою в багатьох країнах світу та Європи.

Нині в Україні здійснюється процес реформування системи бухгалтерського обліку, зокрема наближення національної системи обліку до міжнародних стандартів. Його основна мета – створити умови для безпосереднього застосування МСФЗ для ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності українськими підприємствами. Проте згідно МСФЗ, на зменшення фінансового результату відносяться всі без винятку витрати, понесені підприємством. Завдання ж податкового законодавства будь-якої країни полягає у розмежуванні витрат на ті, які є суспільно визнаними, відповідно, зменшують базу оподаткування, та ті, які за своєю економічною природою мають бути обмежені. Без встановлення державою обмежень може виникнути висока загроза залишити бюджет країни без відповідних надходжень.

Згідно п. 44.2 ст. 44 ПКУ діє норма щодо системи податкової інформації, яка має ґрунтуватися виключно на даних бухгалтерського обліку платника податку, підготовлених з дотриманням П(С)БО. Платники податку, які застосовують міжнародні стандарти фінансової звітності, ведуть облік доходів і витрат та визначають об'єкт оподаткування з податку на прибуток за такими стандартами з урахуванням положень ПКУ.

Зміни при визначенні податку на прибуток пов'язані з гармонізацією бухгалтерського та податкового обліку, відповідно до якої платник податку веде бухгалтерський облік тимчасових та постійних податкових різниць, визначених за

методикою, затвердженою Положенням бухгалтерського обліку «Податкові різниці». Дане Положення не суперечить і не змінює П(С)БО 17 «Податок на прибуток», яке залишається чинним, а тільки доповнює його. Так, П(С)БО 17 спрямоване на формування методологічних засад розкриття, насамперед, в балансі інформації про залишки неанульованих тимчасових податкових різниць, які, так би мовити, «матеріалізовані» в активах та зобов'язаннях. Натомість ПБО «Податкові різниці» визначає методологію формування інформації про анулювання податкових різниць упродовж звітного періоду, їхній вплив на формування податкового прибутку та розкриває зв'язок між податковим та обліковим прибутками.

Згідно ст. 134 ПКУ об'єктом оподаткування є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень Податкового кодексу.

Необхідно виділити наступні різниці, які враховуються при визначенні оподатковуваного прибутку: різниці, які виникають при нарахуванні амортизації необоротних активів; різниці, що виникають при формуванні резервів (забезпечень); різниці, які виникають при здійсненні фінансових операцій; різниці щодо операцій з продажу або іншого відчуження цінних паперів, а також операцій з інвестиційною нерухомістю і біологічними активами, які оцінюються за справедливою вартістю.

Алгоритм розрахунку податкового прибутку за даними бухгалтерського обліку. Доходи та витрати за даними бухгалтерського обліку коригуються на суму постійних податкових різниць та частину суми тимчасових податкових різниць, що відноситься до звітного періоду, для визначення прибутку до оподаткування. У зв'язку з цим підприємство повинно вести бухгалтерський облік постійних та тимчасових податкових різниць, визначених відповідно до Податкового кодексу, і забезпечувати накопичення інформації про них у регістрах бухгалтерського обліку.

Перелік тимчасових та постійних податкових різниць не є вичерпним і може змінюватися підприємством відповідно до його особливостей з метою дотримання вимог бухгалтерського обліку та податкового законодавства і забезпечення достовірних облікових даних. Підсумкову ж інформацію про податкові різниці необхідно відображати у зведеному регістрі бухгалтерського обліку, який одночасно буде розрахунком об'єкта оподаткування податком на прибуток і надаватиме користувачам повну, правдиву та неупереджену інформацію про формування прибутку до оподаткування за даними бухгалтерського обліку, відповідно до вимог Податкового кодексу.

Ведення обліку податкових різниць призведе до подолання негативних наслідків існування податкового обліку поряд із системою бухгалтерського обліку, які роблять вразливим до помилок розрахунки податку на прибуток та створюють негативні наслідки для економіки країни. Формування фінансового результату для фінансової та податкової звітності передбачає формування доходів і витрат для цілей оподаткування в системі бухгалтерського обліку України з урахуванням обмежень, передбачених для цього Податковим кодексом. Вивчення світової практики дало змогу створити методику розрахунку оподатковуваного прибутку в Україні та відображення в бухгалтерському обліку податкових різниць. Застосування податкових різниць надає можливість показати взаємозв'язок між доходами та витратами для визначення фінансового та податкового прибутків.

СЕКЦІЯ 2.

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ ТА ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Голова секції - О.П. Сологуб, д-р екон. наук, професор
Секретар секції - О.О. Лелека, асистент

Ауд. В-308

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НАСЕЛЕННЯМ В УМОВАХ СКОРОЧЕННЯ ПОКУПНОЇ СПРОМОЖНОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Т.Г.Мостенська, аспірант кафедри менеджменту
Національний університет харчових технологій

Цінова ситуація на споживчому ринку України у 2014 р. характеризувалась значними темпами інфляції: зростання цін та тарифів становило 24,9%, що значно вище темпів 2013 року – 0,5%. Темпи інфляції 2014 року були найвищими за останні 14 років. Високими темпами зростання характеризувалась зміна цін на харчові продукти (рис.).

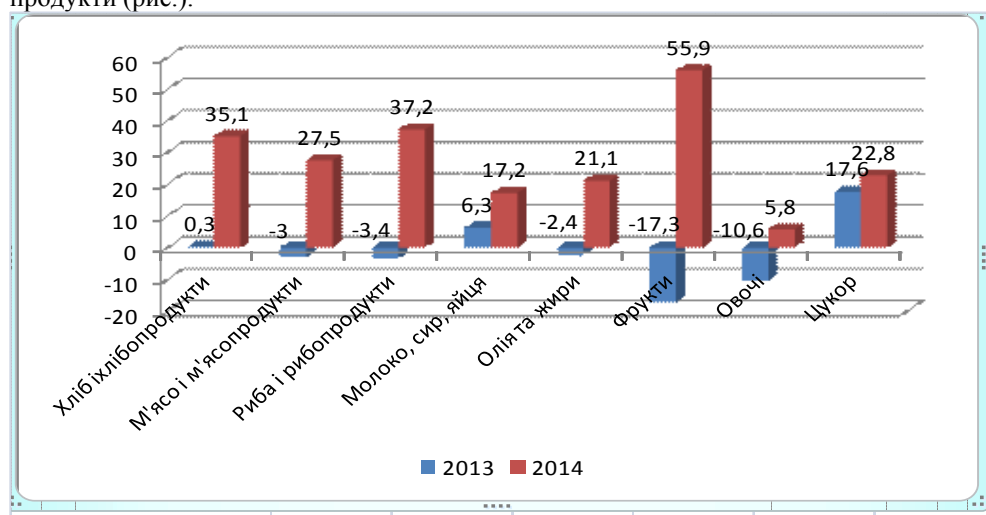


Рис. Динаміка цін на харчові продукти

Так, якщо у 2013 році, порівняно із 2012 роком, ціни на рибу та рибопродукти, м'ясо і м'ясопродукти, олію та жири, фрукти, овочі знижувались, то ціни у 2014 році демонструють суттєве зростання. Найвище зростання цін у 2014 році характерне для фруктів – 55,9%, риби та рибопродуктів – 37,2%, хліба і

хлібопродуктів – 35,1%. Найменшими темпами зростали ціни на овочі – темп приросту у 2014 році – 5,8%.

За статистичними даними Держкомстату України у 3 кварталі 2014 року відбулись зрушення у структурі споживання, порівняно із 3 кварталом 2013 року (табл.), оскільки споживання основних харчових продуктів у однакові періоди відзначається найбільшою стабільністю.

Таблиця

Споживання харчових продуктів у домогосподарствах, у середньому на місяць у розрахунку на 1 особу

Харчові продукти	3 квартал 2013 року	3 квартал 2014 року	Абсолютне відхилення, +, -	Відносне відхилення, %
Хліб і хлібні продукти	8,8	8,7	-0,1	1,1
М'ясо і м'ясні продукти	4,5	4,1	-0,4	8,9
Риба і рибні продукти	1,6	1,3	-0,3	18,8
Молоко та сир (у перерахунку на молоко)	14,4	14,0	-0,4	2,8
Яйця, штук	20	19	-1	5,0
Масло вершкове	0,3	0,3	0	0
Сало та жири тваринні	0,5	0,5	0	0
Олія та інші рослинні жири	1,7	1,7	0	0
Фрукти, ягоди, горіхи, виноград, кавуни, дині	8,1	6,3	-1,8	22,2
Овочі, картопля, гриби	18,5	19,0	+0,5	2,7
Цукор	2,9	3,0	+0,1	3,5

Джерело [1,2]

Найбільше скоротилось споживання фруктів, ягід, горіхів, винограду, динь, кавунів – на 22%, риби та рибних продуктів – на 18,8%, м'яса та м'ясних продуктів – майже на 9%. Саме фрукти продемонстрували найбільше зростання цін, що свідчить про існування цінової еластичності попиту на цю продукцію. Тенденції суттєвого скорочення споживання характерні для м'яса та м'ясних продуктів, риби та рибопродуктів, які також мають тенденцію до значного підвищення ціни у періоді, що досліджується. .

Зростання цін при зниженні реальної заробітної плати – індекс реальної заробітної плати у 2014 році склав 93,5%, порівняно із 2013 роком, стало причиною суттєвого зниження покупної спроможності населення, що зумовило скорочення споживання основних харчових продуктів і викликало потребу у зміні структури споживання – для заміщення споживання населення звертається до більш дешевих, але енергетично більш цінних продуктів: картопля, цукор тощо.

Таким чином зниження купівельної спроможності населення викликає необхідність зміни асортиментної політики підприємств харчової промисловості. Якщо протягом останніх років більш швидкими темпами розвивався сегмент харчових продуктів преміум-класу, то починаючи з 2014 року, відбувається переорієнтація виробництва на населення із середнім та нижче середнього рівня доходу. Така зміна асортименту спрямована на забезпечення потреб споживачів. Вона дозволяє підприємствам утримувати рівень продаж, або ж уповільнити темпи падіння обсягів реалізації у натуральному виразі.

Розуміння підприємствами викликів ринку дозволяє мінімізувати втрати, пов'язані із випуском продукції, яка не буде підтверджена платоспроможним попитом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Витрати і ресурси домогосподарств України у III кв. 2014 року. Статистичний бюлетень. К.: Державна служба статистики [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>;
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у III кв. 2014 року. Статистичний бюлетень. К.: Державна служба статистики [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Е-РИНКИ: ВІРТУАЛЬНІ РИНКИ ОРГАНІЗАЦІЙ

І.В. Ніколаснко

Національний університет харчових технологій

Істотною інновацією у процесі здійснення закупівлі організаціями-покупцями стало створення в Інтернеті торговельних співтовариств, названі: е-ринками, які об'єднують організації-споживачів з організаціями-постачальниками. Ці онлайн-співтовариства мають різні назви, зокрема B2B, е-центри. надають можливість швидкого обміну інформацією, грошима, продуктами і послугами. Е-ринки можуть бути незалежними торговельними співтовариствами або функціонувати як приватні незалежні ринки. **Е-ринок** – це «нейтральна» третя сторона, яка забезпечує торговельну платформу в Інтернеті та вважається централізованим ринком, що дозволяє здійснювати обміни між покупцями та торговцями.

Вони одержують винагороду за свій сервіс й існують у сферах, що мають такі особливості:

- 1) тисячі географічно розрізнених покупців і торговців;
- 2) непостійні ціни, що викликані коливаннями попиту і пропозиції;
- 3) швидка зміна технологій виробництва чи обслуговування;
- 4) легко порівнювані пропозиції різноманітних постачальників.

Організації малого бізнесу і торговці, зокрема, отримують вигоду від незалежних е-ринків. Вони пропонують їм економічний шлях для розширення бази замовників і зменшення вартості продуктів і послуг.

Широко відомий у США eBay недавно почав роботу як eBayBusiness для обслуговування ринків малого, середнього і великого бізнесу в Україні. Чистий прибуток eBay-аукціону стрімко зростає. На аукціон було виставлено продукцію різних галузей промисловості. Так, верстатобудування представляють механічний завод «Веркон», Краматорський завод важкого верстатобудування, Одеський завод радіально-свердильних верстатів та інші. Товари будівельних організацій, автомобільної промисловості, електро- і медичне устаткування тощо представлені в Україні і через онлайн-аукціон Lotok.

ЛІТЕРАТУРА

1. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс: навч. посібник / Армстронг Г., Котлер Ф. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник / Балабанова Л.В. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2002. – 562 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / Гаркавенко С.С. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.

4. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие для вузов / Морозов Ю. В. – М.: Издательский Дом «Дашков и К°», 2000. – 156 с.
5. Руделіус В. Маркетинг – 2-ге вид. / В. Руделіус, О. Азарян, Н. Бабенко – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648с.
6. Тарасюк Г.М. Планування комерційної діяльності. навч. посіб. / Тарасюк Г.М. – К.: Каравела, 2005. – 400с.
7. Шевченко Л.С. Введение в маркетинг: учеб. – практ. пособие / Шевченко Л.С. – Харьков: Консум, 2000. – 672с.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

С.Б. Розумей, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Організація та ефективне управління збутовою системою підприємства є одним з найскладніших рішень, що постають в процесі управління економічною діяльністю перед сучасними підприємствами-виробниками. Цей процес передбачає формування та оптимальне використання каналів розподілу. Ефективне управління розподільчими каналами значно впливає на обсяг реалізації фірми в цілому, а отже, і на її прибутки.

Теоретико-методологічні аспекти управління каналами розповсюдження висвітлені у роботах Армстронга Г., Біловодської О.А., Болта Г.Дж., Войчак А.В., Ель-Ансарі А.І., Кофлана Е.Т., Павленка А.Ф., Полежаєвої І.О., Штерна Л.В. та інших. Для аналізу ефективності управління каналами розподілу продукції вчені пропонують застосовувати витратний метод, заснований на обчисленні витрат та прибутковості кожного каналу розподілу. Знайшовши основні економічні параметри всіх каналів підприємство може визначити подальші стратегії дій щодо кожного каналу розподілу за для досягнення цілей збуту та загальноекономічних цілей підприємства.

Виробники, зазвичай, вибирають ті канали, в яких вони мають можливість контролювати роботу учасників, застосовувати до посередника санкції внаслідок незадовільної роботи, впливати на розроблення стратегії просування товару [1]. Управління каналами розподілу – це комплекс підтримувальних та коригувальних заходів, які сприяють підвищенню ефективності діяльності каналів. Такі заходи базуються передовсім на оцінюванні результативності діяльності суб'єктів каналу розподілу [2].

Найпоширенішим методом оцінювання каналів розподілу є метод, що ґрунтується на визначенні економічної ефективності каналів – порівнянні обсягу реалізації чи прибутку з витратами на створення і функціонування каналу. Для оцінювання прибутковості продажу товару каналом, необхідно виявити ресурси, що ним використовуються, розрахувати сумарні витрати на їх використання та порівняти ці витрати з доходами, які приносять ці канали [3].

Ефективність каналів розподілу розраховуємо на основі даних про доходи та витрати підприємства. Кожен з елементів витрат на збут виникає в результаті участі підприємства в різних потоках (фізичного володіння, просування, фінансування тощо), отже необхідно розподілити статті збутових витрати по потоках. Наступним

кроком є розподіл потокових витрат між наявними каналами розподілу продукції та визначення середніх витрат в кожному потоці. Для визначення загальних витрат на збут, що їх має кожен канал розподілу, середні потокові витрати необхідно помножити на відповідне числове значення відповідної складової потоку. Прибутки кожного каналу знаходимо як різницю між доходами та витратами в каналі. Рентабельність реалізації продукції через канал – це частка прибутку від реалізації продукції та чистого доходу, отриманого через аналізований канал розподілу, помножена на 100%.

Поділивши канали розподілу на групи залежно від доходів та рентабельності, компанія отримує можливість вести диференційовану політику стосовно кожного з каналів, оптимізуючи тим самим свій продаж [1]. Маючи дані про прибутковість кожного каналу, виробник може розділити їх на чотири групи і скласти матрицю, означивши за осі виручку і рентабельність (рис.1).

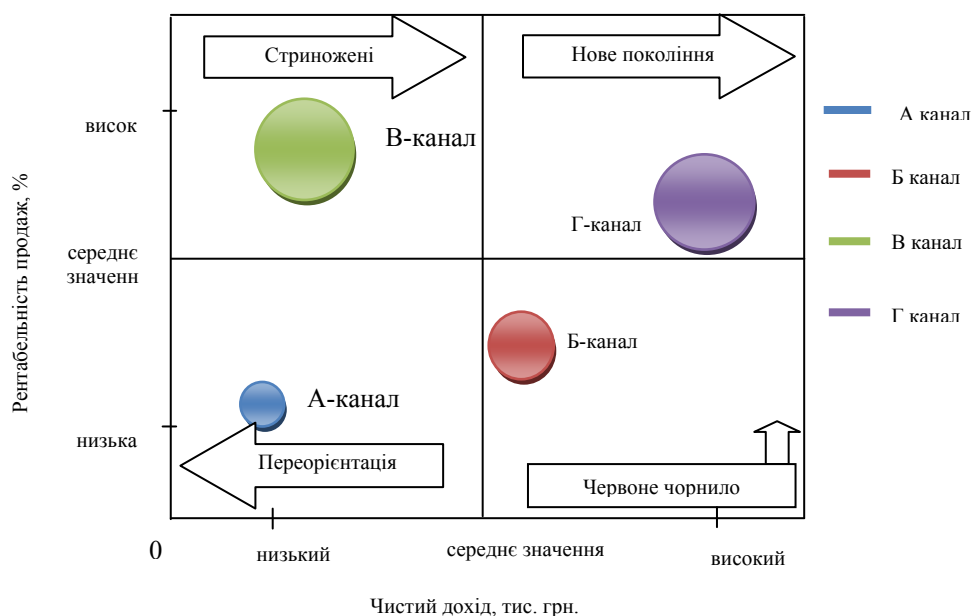


Рис. 1. Матриця прибутковості каналів розподілу

Посередників в каналі, що генерують великий обсяг продажу, але не приносять істотної вигоди, називають "червоне чорнило" – це збитковий канал, керівництво має швидко застосовувати заходи, направлені на зниження витрат і збільшення прибутковості в каналі, т.я. велика виручка говорить про перспективність каналу. Якщо збитки збігаються з низьким оборотом, канал потрапляє в групу "переорієнтація" – це безперспективний канал, в якому потрібно перестати працювати. Канали з відносно невеликим оборотом, але високою рентабельністю відносяться до групи "стриножені" партнери, в них потрібно стимулювати оборот без втрати прибутковості. Найвигідніше поєднання високих обсягів продажу і високої рентабельності називається "нове покоління" і потребує всілякої підтримки довгострокових зв'язків партнерів.

Склавши таку матрицю (рис. 1), виробник одержує показову картину своїх відносин з посередниками в каналі. Політика, яку необхідно вести стосовно кожного каналу, визначає місце кожного з них в матриці.

Механізм ухвалення рішень щодо маркетингових каналів, ґрунтується на аналізі економічної доцільності руху товару таким шляхом, який принесе вигоду виробнику, посередникам і кінцевому споживачу. У відносинах з партнерами "кольору червоного чорнила" важлива швидкість дій, "стриножені" вимагають максимуму інвестицій, а "новому поколінню" необхідно приділяти більше уваги, ніж іншим партнерам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / О.А. Біловодська. – К.: Знання, 2011. – 495 с.
2. Паленко А.Ф. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. — 246 с.
3. Штерн Л.В. Маркетинговые каналы: Пер. с англ. – 5-е изд. / Л.В. Штерн, А.И. Эль-Ансари, Э. Т. Кофлан. – М.:Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624с.

ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ SMM

К.Ю. Семененко

Національний університет харчових технологій

Соціальний медіа маркетинг у більшості джерел визначається як процес отримання трафіку чи інструмент привернення уваги до сайту через соціальні медіа [1].

Як правило основна увага даного інструменту зосереджується на створенні контенту, що привертає увагу та викликає у читача бажання поділитись ним у мережі. Таким чином виникла певна альтернатива традиційному маркетинговому інструменту комунікацій «з вуст у вуста» («сарафанне радіо»), – «електронні з вуст у вуста», eWoM (скор. з англ. electronic word of mouth).

До eWoM відносять передачу будь-якої інформації, відомостей через мережу Інтернет за використанням веб-сайтів, соціальних мереж, миттєвих повідомлень, стрічок новин тощо про подію, продукт, послугу, бренд чи компанію [2].

Інформація при цьому поширюється та резонує оскільки кожен наступний отримувач інформації сприймає її як таку, що надійшла з перевіреного джерела (особисте знайомство), а не від імені торгової марки чи виробника, що в свою чергу сприяє більш високому рівню підсвідомого сприйняття та прийняття інформації

Вірусний маркетинг (англ. Viral Marketing, viral advertising, or marketing buzz), – методи, що використовують вже існуючі соціальні мережі та інші технології, щоб досягти більшого рівня впізнаваності бренду або для досягнення інших цілей маркетингу (наприклад, зростання обсягів збуту) через реплікаційні вірусні процеси, аналогічні поширенню комп'ютерних вірусів. Вірусна інформація може передаватись як «з вуст у вуста» так і як вірусний контент через мережу Інтернет та за допомогою мобільних пристроїв.

Це можуть бути доставлені з вуст в уста або посилюється за рахунок мережевих ефектів Інтернету і мобільних мереж.

Специфіка даного інструменту полягає в тому, що він може бути як спонсованим, так і не спонсованим власником бренду чи торгової марки, що є

об'єктом вірусної реклами. Хоча слід відзначити, що більшість оголошень все ж проплачені і починають свою циркуляцію в мережі з власної платформи власника (сторінки в соціальних мережах). Основна ціль вірусного маркетингу перейти зі статусу інформації від офіційних медіа в особистий простір користувача мережі Інтернет, тобто добитись уваги й бажання поділитись чимось цікавим з погляду індивіда з колом осіб, що є наближеними до нього.

Вірусний маркетинг часто включає в себе та використовує:

- відео кліпи;
- інтерактивні Flash ігри;
- рекламні ігри;
- електронні книги;
- брендоване програмне забезпечення;
- зображення;
- текстові повідомлення;
- повідомлення електронної пошти;
- участь у голосуваннях, опитуваннях;
- інтеграцію мобільних технологій;
- пошукові системи та блоги;
- веб-сторінки [4].

Кінцевою метою маркетологів в даному випадку є створення такого вірусного контенту, що привертав би увагу осіб з високим соціально-мережовим потенціалом, SNP (з англ. Social Networking Potential), що в свою чергу гарантувало б поширення інформації серед їх знайомих, конкурентів в максимально зжаті строки [5].

ЛІТЕРАТУРА

1. Trattner, C., Kappe, F. (2013). "Social Stream Marketing on Facebook: A Case Study". *International Journal of Social and Humanistic Computing (IJSHC)* 2 (1/2). [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inderscience.com/offer.php?id=53268>.
2. Kietzmann, J.H., Canhoto, A. (2013). "Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of Mouth" (PDF). *Journal of Public Affairs* 13 (2): 146–159. doi:10.1002/pa.1470. Retrieved September 17, 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://beedie.sfu.ca/files/Research/Journal_Articles/Journal_Articles_2013/Bittersweet_Understanding_and_managing_electronic_word_of_mouth.pdf.
3. "Viral Marketing Explained". *Up Your Views*. Retrieved 19 January 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.upyourviews.com/viral-marketing.html>.
4. "Viral Marketing – Understanding the Latest Catchword". *Video Marketing Bot Pro*. 11 September 2012. Retrieved 6 October 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://videomarketingbot.com/blog/viral-marketing-understanding-the-latest-catchword/>.

НЕЙМІНГ: СУТНІСТЬ ТА ПРИЙОМИ

Н.П. Скригун, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Створення назви фірми чи товару (послуги) – важливий крок на шляху до ринкового успіху, адже лише назва може змінити реакцію споживачів на пропонований товар (фірму). Розроблення назви фірми чи торгової марки є чи не найскладнішим етапом процесу створення бренду. Перше, з чим зіштовхується споживач – атрибути бренда (назва, логотип, інші елементи ідентифікації), тому на цих складових товару варто зосереджувати увагу маркетолога. На сучасному ринку товарів-замінників чи аналогів з точки зору маркетингу торгують не стільки товаром, скільки його назвою. Унікальне ім'я – головний вербальний актив бренда, коротке і найбільш очевидне вираження його ідеї, що містить ключові характеристики товару (послуги, фірми).

Значимість назви для ефективного бізнесу обумовлює необхідність дослідження основних правил, технологій та прийомів неймінгу.

На основі аналізу основних підходів до визначення неймінгу пропонується під неймінгом (naming) розуміти процес створення імені бренду – комплекс робіт, спрямований на створення успішних маркетингових імен для торгових марок та статусних назв компаній, який включає в себе креативну складову та юридичну підтримку (перевірка пропонованих замовнику назв на юридичну чистоту з наступною реєстрацією товарного знака). Неймінг включає в себе ряд творчих та технологічних аспектів (семантичний, синтаксичний, психологічний, юридичний) [1] і має бути підпорядкований цілям та задачам брендингу.

Встановлено, що основне завдання неймінгу полягає в тому, аби знайти чи створити таке слово чи словосполучення, яке не тільки відображало б ідею і характер нового бренду, але також було б простим, яскравим і незабутнім, пояснювало спосіб позиціонування бренду на ринку, сприяючи формуванню та підтриманню його довгострокового потенціалу. Мета неймінгу – чітка диференціація, тобто створення такого імені, яке дозволить фірмі відмежуватись від конкурентів і донести сутність свого бренда до потенційних споживачів швидко і точно. При створенні бренду необхідно враховувати сукупність характеристик: цілі, переваги, унікальність, специфіка цільової аудиторії тощо.

Вважаємо, що при створенні назви необхідно враховувати такі чинники та критерії: часовий, географічний; чинник звукового сприйняття; наявність легенди, смислового навантаження та емоційної складової; відповідність загальній лінії політики позиціонування (якщо така є); можливість патентної реєстрації назви в якості товарного знака; відповідність маркетинговій ідеї бренда; унікальність; практичність.

Створення унікального імені базується на використанні таких методик: словотворення; позиціонування та унікальної торгової пропозиції; психолінгвістики; рекламопридатності тощо.

Встановлено, що основними прийомами неймінгу є такі: асоціативний (використання асоціативного ряду, який у свідомості споживача пов'язаний з об'єктом неймінгу); еталонний (використання імені товару, який є лідером в категорії, і його легке перетворення); аббревіатурний (включає в себе формування імен різними типами скорочень від літерно-цифрових до кореневих); метод неологізмів (базується на використанні асоціативних, семантичних та ін.

неологізмів); доменний (використання для імені компанії чи товару доменного імені); іменний (використання в назвах прізвищ, імен); апеляційний (апеляція до почуттів, емоцій цільової аудиторії); римування; географічний (вибір назви залежно від місця виробництва товару чи місцезнаходження фірми); наслідування (вживання слів, які можуть передати властивості товару); оксюморон (використання у назві жартівливої чи протилежних за змістом понять); усічення (використання скорочених слів у назві).

Дослідження дозволили зробити висновок, що вдале ім'я відрізняється стислістю, легко запам'ятовується, виділяється зі списку, асоціюється зі значимим і важливим для споживача поняттям, має приємне звучання, однозначно розкриває зв'язок імені і товару, зрозуміле цільовій аудиторії; має позитивні значення при перекладі на іноземну мову. Варто брати до уваги й той факт, що чим ближчою буде початкова літера імені до початку алфавіту, то ближче фірма стоятиме в on-line і off-line каталогах.

Сучасний вимогливий споживач не пробачить помилок в неймінгу. І яким би хорошим не був товар та його виробник, цього вже не достатньо, адже необхідно відобразити всі переваги і особливості товару (фірми) в назві, а також проаналізувати, чи будуть потенційні споживачі сприймати товар (фірму) так, як цього хоче власник бренду. Водночас якою б красивою не була назва бренду (фірми), її можна легко зіпсувати якістю сервісу, іміджем, якістю продукції тощо. Тому тільки синергія у використанні всіх складових маркетингу сприятиме досягненню ефективності підприємства та ринкової успішності його брендів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вегенер Ю.С. Нейминг в системе формирования и продвижения бренда / Ю.С. Вегенер // Омский научный вестник. Серия: Общество. История. Современность. – Омск, 2012. – № 1(105). – С. 260-262.
2. Елизарова В. Как назвать торговую марку, чтобы получился бренд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/brand_naming.htm.

ПЛАНУВАННЯ ПОПИТУ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ЗМІНІ ВИТРАТ НА МАРКЕТИНГ ПО S-КРИВІЙ

Н.М. Соломянюк, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Важливим питанням при розробці плану маркетингу для продукції харчової промисловості є оцінка та прогноз місткості ринку. Надмірно оптимістична оцінка приведе до завищених витрат на дослідження і розробку нового товару, а песимістична оцінка перешкоджає виведенню нового товару на ринок.

Місткість ринку або потенціал галузі визначається максимальним обсягом продажів товару усіма підприємствами в цьому сегменті за відповідних умов зовнішнього середовища і маркетингових дій.

При аналізі місткості ринку і розрахунку прогнозу збуту необхідно враховувати ряд важливих чинників: асортимент продукції; часовий період; вплив сезонності; сегмент ринку; контрольовані чинники; неконтрольовані чинники; одиниці вимірювання та ін.

Ринковий попит – це загальний обсяг продаж на визначеному ринку визначеної марки товару або сукупності марок товару за визначений період часу.

На величину попиту впливають як неконтрольовані фактори зовнішнього середовища, так і маркетингові фактори, які являють собою сукупність маркетингових зусиль, що здійснюють конкуруючі підприємства.

В залежності від рівня маркетингових зусиль виокремлюють наступні різновиди попиту: первинний, або нестимульований; ринковий потенціал; абсолютний потенціал ринку; поточний ринковий; селективний.

Важливість аналізу динаміки попиту продукції підприємства при плануванні маркетингу пояснюється зміною його рівня залежно від впливу факторів оточуючого середовища, а також безпосереднього впливу маркетингових заходів.

В даному контексті актуальним постає питання про необхідність планування маркетингових заходів на підприємстві з урахуванням визначення витратної частини бюджету маркетингу, залучення якої на реалізацію плану маркетингу забезпечить оптимальний приріст попиту на продукцію; оцінювання сегментів, обслуговування яких призведе до максимальних показників їх ефективності; прогнозування довгострокових перспектив взаємодії з обраними сегментами.

В роботі Биковської І.В., Плотнікова С.В. та Подчерніна В.М. планування величини маркетингових витрат розглядається по S- кривим з використанням суб'єктивної оцінки ситуації на ринку [1]. Логістична крива, крива життєвого циклу або, як її часто називають із-за зовнішньої подібності до латинської букви "S", "S-крива" - модель, яку часто використовують при прогнозуванні [2].

При реалізації маркетингового плану, коли надходять сигнали з ринку, можлива така ситуація, що суб'єктивна оцінка виявиться помилковою. Використання методу S- образних кривих [3] дозволяє на ранніх стадіях скоригувати величину маркетингового бюджету, що забезпечує ефективно розподіляти ресурси підприємства. Суть методу полягає в тому, що попит на продукцію підприємства є функцією від його маркетингових витрат. Відомо, що залежність попиту від маркетингових витрат має нелінійний характер, проходить через послідовну зміну фаз повільного і швидкого зростання, а також обмежується розмірами максимально доступного потенціалу ринку, тобто описується S-образною кривою. Наявність не лінійності та межі насичення пов'язана з впливом чинників зростання і обмежень, специфічних для кожного продукту, ринку і маркетингових заходів.

Ефективність маркетингових витрат неоднакова відповідно зростання розмірів маркетингового бюджету. Після охоплення найбільш доступних сегментів ринку і переходу в меж у нерозширюваного попиту підприємству потрібно інші засоби для охоплення нових споживчих груп. Існує певний граничний рівень попиту, після якого додаткові витрати на маркетинг перестають окупуватися зростанням обсягів продаж і стають неефективними. Звичайно, метод не враховує повний перелік чинників, які впливають на величину маркетингового бюджету, але він дає вихідні дані для розрахунку мінімально необхідного бюджету, при меншій величині якого недоцільно планувати витрати на маркетингові заходи.

Оцінка відповідного рівня маркетингових витрат при розробці плану маркетингу є одним з головних завдань будь-якого підприємства. Щоб оцінити розміри економічно досяжного рівня попиту і відповідні межі ефективності маркетингового бюджету, підприємству необхідно прогнозувати функцію попиту свого виробу / товарної категорії. Якщо ринок добре вивчений, необхідні для побудови кривої попиту дані можуть бути отримані з маркетингових досліджень, а завдання оптимізації зводиться до графічних розрахунків. На нових або недостатньо вивчених ринках отримати вичерпну інформацію вдається не завжди. У такій

ситуації потрібне застосування математичних моделей, що дозволяють на якісному рівні прослідкувати характер залежності попиту від маркетингових витрат.

ЛІТЕРАТУРА

1. Быковская И.В., Плотников С.В., Подчернин В.М. К вопросу о формировании маркетингового бюджета // *Маркетинг в России и за рубежом*. - 2001. - №6. - С. 46 - 52.
2. Викентьев И.Л. Приёмы рекламы и publicrelations. Программы-консультанты: 446 примеров, 200 учебных задач и 21 практическое приложение.:СПб. - "ТРИЗ-ШАНС" и "Бизнес-пресса", 8-е издание. – 2007 г., С. 175-182.
3. Дятлов А.Н., Артамонов С.Ю. Оптимизация маркетингового бюджета фирмы с использованием моделей S-образных кривых функции спроса // *Экономический журнал ВШЭ*. — 1999. — № 4.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗДІЙСНЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В.О. Стахурський, ст.викладач

Національний університет харчових технологій

Успішна діяльність сучасного підприємства та отримання ним прибутків передбачає не лише раціоналізацію витрат діяльності та підвищення якості товарів, але й орієнтацію на вимоги ринку, споживачів та суспільства в цілому. Перш, ніж приймати будь-які рішення в сфері товарної, цінової, комунікаційної політики тощо, необхідно визначитись із тим, на які споживчі сегменти буде зорієнтована діяльність підприємства. Тобто спочатку необхідно здійснити сегментацію ринку, обрати один або декілька сегментів, сформувані стратегію охоплення ринку та позиціонування товарів. Все це вимагає наявності значної кількості інформації, як внутрішньої, так і зовнішньої, збір якої здійснюється в процесі проведення маркетингових досліджень.

Про важливість ринкових досліджень свідчить, зокрема, той факт, що у США їх регулярно проводить більше 90 % промислових компаній і фірм сфери послуг, у ФРН і Великій Британії – близько 75 %. В Україні – не більше ніж 15 % великих підприємств та фірм [3].

Маркетингове дослідження – це систематичне визначення кола даних, що необхідні у зв'язку з маркетинговою задачею, яка стоїть перед фірмою, їх збір, аналіз та звіт про одержану інформацію, висновки та рекомендації [1]. Тобто це систематичний збір, відображення та аналіз даних по різних аспектах маркетингової діяльності, функція, яка за допомогою інформації пов'язує маркетологів із ринками, споживачами, конкурентами, з усіма елементами зовнішнього середовища маркетингу [2].

Отже, сутність маркетингових досліджень можна розглядати з двох точок зору:

1. Як сукупність дій, необхідних для прийняття якісного рішення.
2. Як з'єднувальну ланку між маркетологом (підприємцем, виробником, менеджером) та зовнішнім середовищем.

Погляд на поняття маркетингового дослідження з першої точки зору практично полягає у алгоритмі здійснення такого дослідження: визначення задачі, яка стоїть перед маркетологом; визначення кола даних, необхідних для вирішення

даної задачі; збір даних; аналіз зібраних даних; звіт про одержану інформацію; формування висновків та розроблення рекомендацій.

З першого по четвертий кроки дії можуть здійснюватись або власними силами підприємства (маркетинговий відділ) або спеціалізованими маркетинговими агентствами, які надають підприємству дані послуги за визначену плату. П'ятий та шостий кроки, як правило, здійснює саме підприємство, його структурні підрозділи. Послідовні дії, наведені в алгоритмі, практично з'єднують маркетолога із зовнішнім середовищем.

Отже, можна сказати, що маркетингове дослідження – це сукупність дій, направлених на вирішення поставлених задач, за допомогою яких маркетолог (підприємець, менеджер) досліджує зовнішнє середовище з метою прийняття якісного маркетингового рішення.

Предметом маркетингового дослідження можуть виступати наступні складові зовнішнього середовища: основні макроекономічні показники країни (особливо при виході за межі національного ринку); рівень державного втручання в економіку; політична стабільність зовнішніх ринків; нормативно-правове регулювання; споживачі; канали розподілу; конкуренти; постачальники; товари-замінники; методи ціноутворення; методи просування продукції тощо.

У результаті маркетингового дослідження керівництво підприємства отримує інформацію, яка дає змогу відповісти на ряд запитань: які товари (послуги) бажають придбати споживачі в тих чи інших регіонах світу, країнах або на внутрішньому ринку, які ціни вони готові заплатити за ці товари, на який зовнішній ринок краще виходити з певним товаром, які сегменти слід охопити, тобто куди краще вкласти капітал з метою досягнення кінцевої мети – отримання максимального прибутку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / И. С. Березин. 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Вершина, 2008. – 480 с.
2. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Издательство "Финпресс", 2000. – 464 с.
3. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження. Навч. посіб. – за ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с.

ВИМІРЮВАННЯ ТА ОЦІНКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

С.О. Степанчук, аспірант

Національний університет харчових технологій

Україні сьогодні притаманні гострі протиріччя між потребами інноваційного розвитку економіки, забезпечення її модернізації і реальним станом інтелектуального потенціалу (ІП) країни, зокрема, рівнем затребуваності в економіці інтелектуальної складової потенціалу суспільства [1, с.296].

Перспективи формування конкурентоспроможної економіки безпосередньо залежатимуть від подолання відставання у сфері інтелектуально-інноваційного розвитку, належної уваги держави до нагромадження, розвитку та ефективної реалізації (ІП) суспільства [5, с.51].

Концепція економіки знань стала в останнє десятиріччя важливим теоретико-методологічним та науково-практичним підґрунтям політики економічного зростання багатьох країн [3, с.280]. Вона розкриває нову роль і місце інтелекту людини в суспільстві.

У зв'язку з прискоренням темпів розвитку технологій доступність знань стає найважливішою умовою для участі країни у глобальній конкуренції [2]. Особливо в умовах кризи знання залишаються тим ресурсом, що набуває значення не лише як рівень інтелектуальних можливостей, а й як економічний ресурс, що стає базисом і засобом створення та впровадження інновацій.

За експертними оцінками вартість (ІП) сучасного суспільства перевищує вартість основних фондів традиційних галузей індустрії національної економіки [1, с.56].

З точки зору принципів формування національної економічної політики одним із вирішальних пріоритетів для успішного розвитку країни є створення умов і механізмів для ефективного перетворення (ІП) нації на інтелектуальний капітал [6, с.302].

Дослідження стану (ІП) суспільства є надзвичайно важливим і актуальним питанням для національної економіки України.

Соціально-економічні явища, до яких належить ІП країни, дуже складні за своєю структурою та чинниками, що їх обумовлюють. Отже, для їх вимірювання можуть використовуватися індикатори різного виду, загальна класифікація яких наведена у таблиці.

Класифікація індикаторів загальнонаціонального ІП

Ознаки класифікації	Види індикаторів	Характеристика
За одиницею виміру	Абсолютні	Натуральні або грошові одиниці виміру
	Відносні	Натуральні або грошові одиниці виміру в розрахунку до певної величини іншого індикатора (наприклад, кількості населення – на 100 населення, - на 1000 населення, тощо)
	Структурні	Питома вага частки в цілому
За проміжком часу	Статичні	Розраховані за величиною на певний момент часу (наприклад, середня тривалість життя)
	Динамічні	Розраховані за змінною величиною на певний період часу (наприклад, прирости, індекси (темпи) приросту середньої тривалості життя)
За порівнянням з іншими явищами, процесами	Унітарні	Розраховані за величиною окремого явища (процесу), щовимірюється
	Компаративні	Розраховані за величиною явища (процесу), що вимірюється, порівняно з іншим аналогічним явищем (процесом)
	Граничні	Приріст величини індикатора, що вимірюється, порівняно з приростом на одиницю величини іншого індикатора

Джерело: за [4, с.79].

Для розрахунку індексів при динамічному аналізі ІП в Україні використовується формула нормалізованого індексу. Важливою методичною проблемою застосування формули нормалізованого індексу є визначення максимальної та мінімальної величин індикатора.

Підвищена значущість ідентифікації та вимірювання інтелектуального потенціалу ІП для українського суспільства продиктована необхідністю визначення можливостей реалізації інноваційної моделі розвитку економіки на основі повнішого використання інтелектуальних ресурсів [4, с.72]. Це стає особливо актуальним в умовах реалізації стратегії європейського вибору України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гузенко Г.М. Інтелектуальний потенціал як основа розвитку економіки знань [Текст] / Г.М. Гузенко // Вісник Національний університет Національний університет харчових технологій «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», – № 2 (13) 2013. – С.296-297.
2. Махомет Ю.В. Сутнісна характеристика інтелектуального потенціалу регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekfor/2011_2/21.pdf.
3. Молина Е.В. Интеллектуальный потенциал региона [Текст] / Е.В. Молина // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1(4). – С. 279-284.
4. Никифоров А. Є. Методи вимірювання загальнонаціонального інтелектуального потенціалу в Україні [Текст] / А. Є. Никифоров // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Вип. 26. У 2-х частинах. Ч. 1. – К.: КНЕУ, 2011. – С. 41 – 52.
5. Семикіна М.В., Гунько В.І. Інтелектуальний потенціал та його роль у національній економіці [Текст] / М.В. Семикіна, В.І. Гунько // Экономика и управление. 2011. - №1 – С.50-56.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні - 2013р. // Статистичний збірник. - К.: Державна служба статистики України, 2014. – 314с.
7. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ДІАГНОСТИКА ЗБАЛАНСОВАНOSTI ВИТРАТ НА ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА

В.А. Стеценко

Національний університет харчових технологій

Розвиток підприємства є необхідною передумовою його успішного функціонування в конкурентному середовищі. З метою забезпечення постійного розвитку здійснюється управління основними показниками ефективності його функціонування. Серед показників, розрахунок яких доступний для сучасного вітчизняного підприємства, коефіцієнт збалансованості витрат на елементи маркетингового комплексу (КЗВЕМК). Керування рівнем збалансованості витрат на елементи маркетингового комплексу за рахунок управлінських рішень, націлених на ефективний розподіл інвестицій між елементами маркетинг-міксу та правильний вибір застосовуваних маркетингових інструментів, дає значні переваги підприємству на ринку і забезпечує високі результати від маркетингової діяльності.

Застосування розробленого алгоритму діагностики збалансованості витрат на елементи маркетингового комплексу підприємства [1] забезпечить оцінку фактичного рівня збалансованості витрат на елементи маркетингового комплексу, розробку структури бюджету маркетингу, що сприятиме отриманню найвищого рівня фінансових результатів, та визначення напрямків маркетингової діяльності.

Для дослідження обрано підприємство харчової промисловості, що не застосовує жодних методик управління структурою витрат на елементи маркетингового комплексу, ТОВ «Дана».

На збалансованість витрат на елементи маркетингового комплексу ТОВ «Дана» найбільш негативний вплив мають чинники: нестабільність економіки країни, мінлива політико правова ситуація, низький рівень купівельної спроможності населення, високий рівень конкуренції на ринку мінеральних вод і присутність на ньому відомих брендів з розгалуженою по всій Україні мережею збуту, відсутність великої кількості зацікавлених в роботі з підприємством посередників, представленість продукції на ринках кількох областей країни – як чинники зовнішнього середовища, невисокі фінансові можливості підприємства, низький рівень кваліфікація персоналу, відсутність новітнього технологічного обладнання та якісної системи управління на підприємстві – як чинники внутрішнього середовища.

Серед чинників, що мають найбільш позитивний вплив на збалансованість витрат на елементи маркетингового комплексу ТОВ «Дана» є світовий рівень розвитку науки і техніки в галузі (макросередовище), високий рівень освіченості населення в питаннях споживання води, надійні постачальники пластикових пляшок для продукції (мікросередовище).

На основі даних минулих років було встановлено модель залежності між витратами на елементи комплексу маркетингу (x_n) і результатом (Pr):

$$Pr = 0,0869 \cdot \ln(x_1) - 0,4275 \cdot x_2^2 + 5,2487 \cdot x_2 + 2,2303 \cdot \ln(x_3) - 0,0858 \cdot x_4^2 + 1,5281 \cdot x_4 + 0,5435.$$

Із застосуванням розробленої моделі було визначено збалансоване співвідношення між витратами на елементи 4Р ТОВ «Дана».

Збалансоване співвідношення між витратами на елементи маркетингового комплексу, %

Елемент маркетингового комплексу	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Товар	0	0	10	0	0	5	19	10
Ціна	80	80	50	80	80	60	41	55
Місце	10	10	10	10	10	18	19	18
Просування	10	10	30	10	10	17	21	17

Порівнюючи фактичний розподіл витрат на елементи маркетингу з тим, що забезпечує збалансований розподіл було визначено значення КЗВЕМК: 2007р. – 1,56; 2008р. – 1,70; 2009р. – 1,26; 2010р. – 1,47; 2011р. – 1,68; 2012р. – 1,52; 2013р. – 1,35; 2014р. – 1,45. Таким чином, витрати на елементи маркетинг-мікс ТОВ «Дана» мали низький рівень збалансованості в 2009, 2013 та 2014 роках, а решта часу – були незбалансовані. Наслідком цього були низькі результати від маркетингової діяльності. Визначено, що застосування збалансованого розподілу в бюджеті маркетингу сприяло б отримання результатів від маркетингових заходів в кілька разів вище.

Враховуючи результати дослідження сприйняття споживачами в галузях харчової промисловості [2], визначено, що споживачі мінеральної води особливу увагу звертають на якість продукції. Тому для поліпшення товарної складової ТОВ «Дана» запропоновано провести комплекс заходів по підвищенню ступеня очистки води. Так як для споживачів галузі важливим є надання знижок при багаторазовій купівлі, то для підприємства рекомендовано проведення заходу по наданню подарункової пляшки води при представленні певної кількості акційних кришок від продукції підприємства. Також пропонується розширення мережі збуту за рахунок представлення продукції в магазинах сіл району. Проведені дослідження споживачів

дали можливість визначити, що найбільш затребуваним заходом просування для ТОВ «Дана» буде спонсорська підтримка доброчинного або спортивного заходу.

Діагностика збалансованості витрат на елементи маркетингового комплексу підприємств є важливою складовою успішного планування маркетингової діяльності, що забезпечує підвищення фінансових результатів, покращення конкурентних позицій на ринку та, як наслідок, сприяє розвитку підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стеценко В.А. Оцінка збалансованості елементів маркетингового комплексу підприємств харчової промисловості / В.А. Стеценко // Економіка фінанси право. – 2014. – №10/1. – С. 23–26.

2. Стеценко В.А. Дослідження сприйняття маркетингових інструментів споживачами в харчовій промисловості / В.А. Стеценко // Економіка та держава. – 2014. – №6. – С. 124–127.

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО ЧИННИКА ПРИ РОЗРОБЛЕННІ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

С.В. Ткачук, канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

У сучасному світі продукція сфери послуг забезпечує значну частину валового національного продукту і продовжує розвиватися. Відповідно і маркетинг у цій сфері потребує значної уваги, а наука маркетингу послуг – постійного розвитку. Одним із важливих завдань є систематизація підходів до формування маркетинг-міксу сфери послуг, в тому числі розроблення продуктової політики із урахуванням специфіки послуги як товару.

Класичний маркетинг-мікс, запропонований Дж. Маккарті, складається із чотирьох елементів: товар, ціна, просування, розповсюдження. М.Д. Бітнер адаптувала модель "4 Р" до сфери послуг, увівши три додаткові елементи: люди, процес і матеріальне середовище. Таким чином комплекс маркетингу у сфері послуг вміщує не чотири, а сім елементів (модель "7 Р") [1, 2]. Особливої уваги заслуговує елемент "люди", адже не розуміння й неврахування людського фактору може призвести до небажаних наслідків, в тому числі до зниження лояльності споживачів, втрати клієнтів та зниження прибутковості фірми. Якщо при придбанні товару, як правило, контакт споживача з людьми зводиться до мінімуму, наприклад, розрахунок на касі магазину, то придбання послуги вимагає безпосереднього спілкування із контактним персоналом фірми-виробника, адже це спілкування по суті і є складовою частиною послуги, що за своєю природою є невіддільною від джерела. Коли мова йде про товар, споживачу, зазвичай, байдуже наскільки вихованою, ввічливою та пунктуальною людиною є робітник підприємства, який безпосередньо брав участь у виготовленні товару. Стосовно розрахунку на касі чи обслуговування через прилавок при купівлі товару – тут мова йде вже про сферу послуг, а саме торговельних, підприємств роздрібною торгівлі, і від компетентності, ввічливості та оперативності персоналу залежать прибутки, в першу чергу, роздрібного торговельного підприємства, а не підприємства-виробника.

Таким чином людський чинник є невід'ємною складовою сфери послуг та повинен бути врахований при розробленні та реалізації маркетингових заходів.

Розглянемо елемент "люди" детальніше. Під цим елементом, очевидно, слід розуміти наступні групи: контактний персонал, тобто ті, хто безпосередньо надають послугу; споживач, як індивідуум, якому надається послуга; інші споживачі цієї ж послуги, які перебувають у той самий час, у тому ж місці надання послуги; сторонні люди, які не мають відношення до надання чи споживання послуги, але перебувають поруч і можуть впливати на емоції споживача та контактного персоналу; керівництво фірми-виробника послуги; персонал фірми-виробника послуги, який не перебуває у безпосередньому контакті із споживачем. Виробництво та споживання послуги співпадає за часом, послуга є невіддільною від джерела її надання, таким чином, приймаючи рішення в сфері послуг, обов'язковим є врахування людського фактору. Споживач послуг знаходиться під впливом безлічі взаємопов'язаних людських факторів, які, в свою чергу, теж чинять вплив один на одного. Перш за все на споживача впливає контактний персонал, тобто люди, які надають йому послугу. Втім цей вплив визначається взаємозалежним характером: не лише контактний персонал впливає на споживача, але й споживач впливає на відчуття та поведінку контактного персоналу. Обернений вплив може носити так званий "потрібний" і "непотрібний" характер. В першому випадку йдеться про обов'язкову реакцію персоналу фірми на індивідуальні якості споживача, його запитання, побажання. Така реакція говорить про професійність контактного персоналу і є необхідною. "Непотрібний" характер оберненого впливу пояснюється людським фактором і може мати місце тоді, коли негативні емоції споживача, впливаючи на працівника фірми, знижують рівень якості надання послуги зі сторони останнього.

Окрім контактного персоналу фірми на споживача впливають й інші споживачі, що знаходяться в тому ж місці надання послуги. Несумісність споживачів може викликати значні незручності в останніх. Завданням фірми-виробника послуги є створити оптимальні умови поєднання своїх споживачів.

Ще один елемент впливу, "сторонні люди", є досить специфічним, втім теж повинен бути врахованим, причому не лише в оперативній діяльності, але й на етапі створення бізнесу. Прикладом неврахування цього фактору може бути розміщення елітного ресторану неподалік від шумного кафе. Споживачі останньої, в тому числі й шум, очевидно створюватимуть відчуття дискомфорту для споживачів ресторану. До елемента "люди" також слід віднести ще дві складові, які, хоча безпосередньо не впливають на споживача, тобто не взаємодіють із ним, однак чинять опосередкований вплив. Це керівництво фірми, що надає послугу та працівники її структурних підрозділів, які, як правило, не спілкуються зі споживачами. Ці два блоки належать до внутрішнього маркетингу фірми (менеджер – персонал) або до маркетингу в класичному розумінні (менеджер – споживач). Втім ці види маркетингу визначають політику фірми стосовно взаємовідносин зі споживачем, внутрішній клімат, рівень мотивованості контактного персоналу, а тому впливають і на рівень інтерактивного маркетингу (контактний персонал – споживач), який є визначальним у сфері послуг і формує взаємовідносин між споживачем та контактним персоналом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гайванович Н.В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення // Національний університет "Львівська політехніка", 2009 // http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/logistyka/2009_649/21.pdf.
2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг. Менеджмент: експрес-курс. – Санкт-Петербург: Питер: Мир книг, 2012. – 479 с.

КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПАБЛІК

РІЛЕЙШНЗ

О.Ф. Шаповал, канд. екон. наук, доцент

Л.О. Коннова

Національний університет харчових технологій

Комунікаційні ситуації в паблік рілейшнз (ПР) обумовлюють необхідність використання професіональних комунікаційних технологій, які дозволяють встановити гармонійні і взаємовигідні зв'язки між суб'єктами соціуму.

За своїм змістом комунікаційні технології об'єднують систему методів і прийомів, що дозволяють отримувати заплановані результати в ході здійснення комунікаційного процесу.

В професійній діяльності ПР-фахівців комунікаційні технології реалізуються через структуру маніпуляційних дій-комплексів та впливів, що спрямовані на досягнення визначених завдань та підтримки комунікаційно-організаційних функцій ПР. До таких функцій відносяться: інформаційно-посередницькі, забезпечення зовнішніх зв'язків, а також сприяння ефективній роботі підприємства (організації).

Характерними рисами комунікаційних технологій, які використовуються в ПР є:

- універсальність – обумовлює застосування комунікаційних технологій на різних за чисельністю соціальних об'єктах;
- конструктивність – пов'язана з націленістю на вирішення визначної проблеми;
- результативність – обумовлює досягнення кінцевого ефекту комунікаційного процесу;
- гнучкість – визначає здатність адаптації комунікаційної технології за обставин, що змінюються.

Теоретико-методологічні основи використання комунікаційних технологій в ПР відображені в працях таких науковців як: С. Блек, Ф. Джефкінс, С. Катліп, Р. Харріс, Г. Почепцов, М. Назаров, О. Холод та ін.

Проведені дослідження свідчать про те, що з точки зору ексклюзивних завдань здійснення впливу на аудиторію комунікаційні технології можна поділити на низько- та високоінтенсивні [1].

Використання низькоінтенсивних комунікаційних технологій дозволяє досягти мети комунікаційного процесу в майбутньому періоді часу. Особливістю низькоінтенсивних комунікаційних технологій є те, що цілі комунікації в ході комунікаційного процесу є відомими лише ПР-фахівцю, але невідомі отримувачам інформації.

Низькоінтенсивні комунікаційні технології використовуються в ході проведення ПР-кампаній і дозволяють «перевірити» ситуацію з точки зору реакції аудиторії на організований виток інформації. Так, негативна реакція аудиторії дозволить «відмінити» можливий розвиток подій, а позитивна – привести їх у дію.

Застосування високоінтенсивних комунікаційних технологій дозволяє в короткий період часу досягти визначених результатів комунікації, оскільки мета комунікаційного процесу не є прихованою, а зрозумілою для кожного суб'єкту комунікативної взаємодії.

Отримання комунікативного ефекту після проведення ПР-кампанії на основі застосування високоінтенсивних комунікаційних технологій обумовлено використанням спеціальних прийомів цілеспрямованого впливу на аудиторію.

В PR цінується досягнення ефектів комунікаційних технологій, які обумовлені оптимальним сполученням триади: цільова аудиторія, ключові повідомлення та канали комунікації [2].

Формування цільової аудиторії за визначеними ознаками (демографічні, соціальні) та її знання дає змогу PR-фахівцю не тільки підготувати ключові повідомлення, а і обрати відповідні типи комунікаційних технологій та канали комунікації.

Сучасна концепція застосування комунікаційних технологій в PR обумовлює визначення оптимальних каналів комунікації для спілкування з цільовою аудиторією та використання інноваційних технологій візуального представлення інформації.

Здійснення електронних PR-комунікацій на базі мережі Інтернет – сфера підвищеного інтересу для більшості PR-фахівців, оскільки охоплює прогресивну та демократичну частину цільової аудиторії.

Більшість каналів комунікації в мережі Інтернет адаптуються до формату відкритої системи, що обумовлює інтеграцію взаємодії виробників і споживачів повідомлень. Серед основних характеристик сучасних комунікаційних каналів Інтернет можна відмітити: глобальність, інтерактивність, мультимедійність, можливість диференціації аудиторії за інтересами і наявністю сервісів щодо оперативного визначення реакції аудиторії на розміщений матеріал.

На основі електронних каналів мережі Інтернет PR-комунікації будуються максимально ефективно шляхом підтримки зворотного зв'язку з реципієнтами, оперативного аналізу та своєчасного реагування щодо сприйняття PR-повідомлень.

Отже, використання комунікаційних технологій в PR сприяє не тільки реалізації визначених управлінських стратегій, а і відкриває множину нових комунікаційних можливостей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
2. Холод О.М. Соціальні комунікації: навч. посібн. / О.М. Холод. – Львів: ПАІС, 2011. – 288 с.

СЕКЦІЯ 3.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Голова секції - О.І. Драган, д-р екон. наук, професор
Секретар секції - Я.І. Юрик, канд. екон. наук, доцент

Ауд. В-205

ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ УКРАЇНИ

Ю.М. Гринюк

Національний університет харчових технологій

Формування новітніх гендерних тенденцій в публічній політиці обумовлено розвитком процесів демократизації суспільства. Діюче виборче законодавство відповідно до конституційного принципу гендерної рівності декларує відсутність будь-яких дискримінаційних обмежень щодо жінок та чоловіків як суб'єктів виборчого процесу. Однак Верховна Рада України вісім скликань поспіль за гендерним розподілом є, фактично, уповноваженим органом чоловічої частини населення, що автоматично екстраполюється на статевий склад її структурних підрозділів – комітетів і політичних фракцій, наділених правом законодавчої ініціативи.

Найбільш вдалою за всю історію незалежності України для жінок-політиків була виборча кампанія 2012 року, коли число отриманих ними місць у законодавчому органі влади сягнула 43, з яких 4 – на посадах голів парламентських комітетів, а відсоткова репрезентативність у депутатському корпусі – 9,7%. Проте цей відсоток і нині майже втричі менший 30%-ї «критичної маси» жінок-лідерів, що здатна реально впливати на громадсько-політичне життя і політичну культуру, як того вимагають Цілі розвитку тисячоліття України [1] і як це можна спостерігати на прикладі парламентів економічно розвинених європейських країн з жіночим контингентом на рівні (досліджено автором за даними офіційних сайтів відповідних держав): 45% (Швеція), 42% (Фінляндія), 39% (Бельгія, Данія), 38% (Нідерланди), 36% (Німеччина), 35% (Іспанія), 32% (Австрія) і 31% (Італія) в 2014 році. При цьому гендерний парламентський паритет (50% на 50%) зафіксовано в Андоррі. На сьогодні все більше жінок очолюють національні парламенти країн-членів, як то в Австрії, Болгарії, Італії, Латвії, Литві, Нідерландах, Португалії, Російській Федерації та Сербії [2].

Незважаючи на той факт, що представниці слабкої статі частіше, у порівнянні з чоловіками, використовують своє активне виборче право (право голосу на виборах), а їх чисельність у складі населення України працездатного віку превалює, жінки повільно залучаються до політичної еліти, долаючи довгий шлях співпраці із неурядовими організаціями і благодійними фондами. Натомість чоловіки, маючи кращу фінансову та електоральну підтримку, скоріше адаптуються в політиці через активну діяльність політичних партій.

Уряд України донині залишається індиферентним в питаннях маніпуляції заходами «позитивної дискримінації» через гендерне квотування політичних партій та/або партійних списків на загальнонаціональних і регіональних виборах,

законодавчого резервування «жіночих» місць у посадовому складі державних структур, що практикується у понад 100 країнах світу в різних варіаціях стосовно цифрового виразу «ідеалу паритетності» (відсоткових пропорцій між чоловіками та жінками), запровадження санкцій за його недотримання і фінансових компенсацій у протилежному випадку.

Недостатня концентрація жінок у вищих ешелонах влади, породжена патріархальним типом менеджменту як державотворчою традицією України, суперечить принципам гендерно-паритетної демократії, порушує особисті інтереси більшості електорату, який не менше, ніж на 50% формується з жінок-виборців, і знижує ефективність будь-яких суспільних модифікацій в рамках чоловічої абсолютизації владних повноважень. За результатами міжнародних спостережень [3, с. 5] в країнах, де жінки мають високе представництво у виборчих органах, спостерігається значно вищий рівень освіти, тривалості життя і грошового достатку на одного члена родини. Ігнорування наявних гендерних диспропорцій в системі державного управління і на ринку праці України загалом може призвести до подальшого загострення гендерних проблем, пов'язаних з розподілом трудових доходів населення, розмір яких перебуває у прямо пропорційній залежності як від престижності посади (місця у посадовій ієрархії), так і від її галузевої причетності до «жіночих» (менш оплачуваних) і «чоловічих» (більш зарплатоємних) сфер діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Цілі Розвитку Тисячоліття : Україна 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukraine2015.org.ua/>. – Назва з екрана.
2. Сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://w1.c1.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Проект стратегії «Збільшення кількості жінок в політиці» [Електронний ресурс] : За підтримки Посольства Королівства Нідерланди, Програма Matra КАР в Україні // ВООГО «Відкрите суспільство». – 2013. – 19 с. – Режим доступу до проекту : <http://www.opensociety-vin.org/>. – Назва з екрана.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ

Д.Г. Грищенко

Національний університет харчових технологій

В умовах ведення сучасного бізнесу посилення та активізація ролі людських ресурсів в досягненні успіху підприємства стає все більш очевидною. Значну частину конкурентних переваг підприємства (якщо не всю) створюють його працівники. Саме персонал представляє підприємство перед його клієнтами, працівники створюють ті високі стандарти, які формують позитивне та лояльне ставлення до нього партнерів та клієнтів, від задоволення яких відповідно будуть залежати їх повторні покупки, які в свою чергу створюватимуть додаткову цінність для підприємства.

За таких умов, логічним є розуміння того, що рівень цих переваг в значній мірі залежить від рівня кваліфікації та знань персоналу. Компетентні конкурентоспроможні працівники швидко виявляють та ефективно вирішують проблемні ситуації, беруть на себе відповідальність за якість процесу виконання роботи та пропонують ініціативи для його удосконалення.

Підвищенню кваліфікації та розвитку персоналу сприяє його навчання, системне та якісне. Але разом з тим значна частина підприємств розглядають навчання працівників як зайвий і занадто дорогий елемент в управлінні персоналом, намагаються його уникати або застосовувати лише формально. Це підтверджують результати проведеного нами аналізу підприємств харчової промисловості в динаміці 5-ти років. Отримані дані свідчать, менше третини досліджуваних підприємств проводять навчання своїх працівників.

Типовою проблемою, не тільки для українських підприємств, є ситуація з графіком навчання. Зазвичай, підприємства виділяють кошти на навчання своїх працівників, коли їх економічне становище є досить благополучним. Така позиція з одного боку є логічною, з іншого – ні. Оскільки, в ситуації, коли підприємство покращує свої показники діяльності, робочий процес набирає обертів, працівники мають «тримати руку на пульсі» і ефективно виконувати свої професійні обов'язки, за таких умов, на навчання просто не вистачає часу. Коли ж підприємство знижує обороти своєї діяльності, у працівників навпаки створюються часові резерви, які варто було б ефективно використати шляхом навчання та розвитку персоналу, та, як показує практика, підприємства вкрай рідко використовують дану можливість.

Влучно висловився видавець журналу «T&D Director» та бізнес-консультант Олексій Мішин: «Успіх бізнесу приносять успішні співробітники» [2]. Успішні організації, які приділяють значну увагу розвитку свого персоналу, відчують зв'язок між компетентністю своїх працівників та прибутком, хоча, для справедливості варто зазначити, що в більшості випадків цей зв'язок дуже важко проаналізувати та підтвердити точними цифрами. Навіть провідні компанії такі як Motorola, Men's Warehouse та ін. не можуть точно оцінити прибуток та ефективність інвестицій від навчання своїх працівників. Так, генеральний директор компанії Тасо Інс, Джон Хейзен Вайт на питання оцінки прибутку від створеного навчального центру, відповів: «отриманий прибуток повертається у зміненому відношенні людей до роботи та до компанії в цілому. Люди відчують себе співучасниками цієї гри, а не тими, кого з неї виганяють. Коли працівники прагнуть розвивати свої професійні навички, компанія надає їм можливість та інструменти для цього» [4].

Професійне зростання персоналу має стати невід'ємною частиною як сфери послуг так і виробничої системи в сучасних умовах ведення бізнесу. На підприємствах необхідно впроваджувати широкомасштабні навчальні програми, створювати корпоративні бібліотеки, підтримувати освоєння декількох професій працівниками, адже наявність конкурентоспроможного персоналу, який може швидко адаптуватися до змін бізнес-середовища, та має ґрунтовні теоретичні знання виробничого процесу є надзвичайно важливим для забезпечення ефективної діяльності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пфеффер Дж. Формула успеха в бізнесі: на першому місці люди / Дж. Пфеффер; [пер.с англ. О. Л. Пелявского]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 560 с.
2. Смирнов Ю. Тренды в маркетинге, менеджменте, управлении персоналом [Электронный ресурс]. / Ю. Смирнов. – Режим доступа: <http://ideas4future.info/2011/03/17/business-trend/>
3. Jackson T. Richard Branson, Virgin king / T. Jackson. – Roclin, CA: Prima Pub. – 1996. – 448 p.

4. Steward T. How a little company won big by betting on brain power [Electronic resource] / T. Steward // Fortune magazine. –1995. – 4.Sept. – Mode of access: URL: http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/1995/09/04/205887/.

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ НОРМУВАННЯ ПРАЦІ

Т.В. Денисенко

Національний університет харчових технологій

Сучасний етап перетворення економіки України на ринкову вимагає від фахівця конкретних знань вирішення проблем управління персоналом, встановлення науково-обґрунтованої потреби фірми у кількісних і якісних пропорціях живої праці, необхідних конкретному підрозділові, опанування науковими методами встановлення міри праці для різних організаційно-технічних умов. Тому нормування праці заслуговує іншого більш сучасного підходу. Згідно традиційного погляду до нормування праці входить діяльність із встановленням норм витрат праці на виконання робіт як окремими працівниками, так і колективами працівників. На початку XX століття такі дослідження були успішними. Дослідження Ф. Тейлора з нормування праці отримали загальне визнання. І сьогодні традиційному нормуванню приділяється основна увага. У той же час хотілося б зробити акцент на нормах результатів праці. Видається, що саме цього не вистачає в нормуванні праці. Адже в реальному виробництві, головним чинником, нас цікавлять результати праці: збут виробленої продукції; кількість і якість наданих послуг; попит на наукові розробки, їх реальне впровадження тощо. Ці норми відсутні в законі про працю, який був зорієнтований на планову адміністративно-командну систему. Механізм суспільного виробництва працював безперервно, договори укладалися на основі планових завдань; при закритих кордонах і відсутності імпортової продукції споживалася вітчизняна продукція (техніка, взуття, одяг). У таких умовах дійсно на перше місце висувалася вимога – нормування процесу праці. Працівник повинен був прийти вчасно на роботу і працювати, здійснювати трудовий процес. В умовах ринку особливе значення мають саме результати роботи. В загальному вигляді мова йде про реалізацію кінцевої мети роботи конкретного підприємства, трудового колективу, конкретного працівника.

Результативність роботи по суті покладена в основу оплати праці, всієї кадрової політики в умовах ринку. І ніякими законами не можна примусити власника тримати на фірмі працівника, який хоч і слухняний, ретельний, але абсолютно некорисний. Практика давно має потребу в тому, щоб саме результати праці були покладені в основу правового регулювання відносин між власником і найманим працівником.

Сучасне виробництво ґрунтується на глибокому поділі та кооперуванні праці, для нього характерна одночасна зайнятість великої кількості робітників та інших груп персоналу, результати діяльності яких складаються у сукупний продукт праці. І для того, щоб цей складний процес ставав більш ефективним, усі його складові повинні витримуватись у певних пропорціях, побудованих на нормах праці.

В умовах великого механізованого й автоматизованого промислового виробництва також дуже важливе дотримання прогресивного співвідношення між обсягом виробництва та необхідною кількістю і якістю живої праці. Його порушення призводить до завищення витрат та послаблення позицій підприємства у

конкурентній боротьбі на ринку. Для успішного вирішення цих важливих питань необхідно в організацію виробництва впроваджувати нормування всіх наявних ресурсів. Лише на основі встановлених обґрунтованих норм витрат живої праці та матеріально-речових факторів можна визначати виробничі пропорції використання ресурсів на підприємстві.

Резерви підвищення ефективності праці містяться й у відсутності нормування праці та недостатньому поширенні технічно обґрунтованих норм. Нині переважна більшість робітників працює без достатнього визначення міри праці, обґрунтованого вимірювання її кількості та якості. Це суперечить сутності ринкових відносин — вільному формуванню попиту й пропозиції робочої сили на ринку праці. Потреба у нормуванні праці виходить з необхідності точного знання фактичних витрат праці у виробництві для потреб обґрунтованого її планування. Сюди входить встановлення чисельності робітників з урахуванням професійного складу, рівня кваліфікації, правильної розстановки по окремих робочих місцях. Воно необхідне для визначення виробничих можливостей робочих місць, різного устаткування і встановлення ефективної плати за працю. Тому технічне нормування слід розглядати як одну з найважливіших передумов правильної організації праці та заробітної плати на виробництві, безперервного зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, обґрунтованого планування роботи підприємства. Його роль тим більша, чим вища трудомісткість виготовлення продукції.

Тому нормування надає можливості більш ефективного використання основного виробничого устаткування, сприяє вивченню і впровадженню передових методів праці, прогресивних технічних норм та стимулює підвищення кваліфікації робітників.

Виникнення і становлення наукової організації та нормування праці пов'язані з епохою швидкого розвитку великого машинного виробництва, яке висунуло потребу в подальшому поділі, спеціалізації та кооперації праці, синхронізації праці на окремих робочих місцях і ділянках виробництва та транспортних потоках. Це обумовило пошук узагальнених наукових підходів до визначення ефективної міри живої праці, раціональної побудови трудового процесу взагалі та наукової організації праці виконавців зокрема, як основи науково-обґрунтованого її нормування.

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

О.І. Драган, д-р. екон. наук, професор

Національний університет харчових технологій

Важливим аспектом наукових досліджень з проблеми удосконалення соціально-трудових відносин є необхідність вивчення передового досвіду у цій сфері з метою адаптації до функціонування підприємств м'ясопереробної галузі. На сьогодні в Україні не спостерігається активного розвитку концепцій, що пов'язані з покращенням соціально-трудових відносин в колективах: гуманізації праці, гідної праці, корпоративної відповідальності, соціального партнерства тощо. Ці концепції, у більшості випадків, залишаються тільки теоретичним надбанням без прикладної реалізації на підприємствах.

Соціально-трудові відносини на підприємствах м'ясопереробної галузі охоплюють різні групи чинників: адміністративні, трудові, юридичні, нормативно-законодавчі, організаційно-виробничі, економічні, психологічні.

Лідери м'ясопереробної галузі – це м'ясокомбінати, які мають велику чисельність працюючих (ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат – 2625 чол.; ТДВ «М'ясокомбінат «Ятрань» – 1780 чол.; ПАТ «Кременчукм'ясо» – 1740 чол.) і для яких актуальні проблеми у соціально-трудових відносинах.

За останні п'ять років на підприємствах м'ясопереробної галузі спостерігаються негативні тенденції: скорочення чисельності працюючих; зміст колективних договорів не охоплює всіх аспектів соціально-трудових відносин і не забезпечують достатнього соціального захисту працівників; відсутність перегляду і оновлення норм праці; фізичне та емоційне перевантаження працівників; зниження продуктивності праці; наявність професійного стресу; погіршення умов праці; напруженість стосунків у трудових колективах; відсутність морального (нематеріального) стимулювання; виникнення соціально-трудових конфліктів тощо. Ці негативні тенденції викликані наступними причинами: недосконала організація праці; скорочення соціальних витрат на персонал з метою збільшення економії; відсутність потреби у керівників приділяти увагу та розвивати трудовий колектив; невідповідність законодавчо прийнятих трудових прав, гарантій, вимог для працівників від рівня їх фактичної реалізації.

Забезпечення задекларованих трудових прав і гарантій, тобто захист суб'єктивних прав працівника значною мірою залежить від ефективності виконання функцій профспілками. Зволікання з боку профспілок щодо активних дій із захисту законних прав і інтересів працівників призвело до зниження їх ролі при регулюванні якості трудового життя українців.

Основними недоліками сучасної діяльності профспілок на підприємствах галузі є те, що: знижується частка працівників, які об'єднані у профспілки та приймають реальну участь у їх діяльності, профспілки, як правило, знаходяться під контролем адміністрації підприємства.

Зміни, які проходять у всіх сферах життя і діяльності людини, обумовлені розвитком освітнього і культурного рівня працівників, процесами демократизації, ускладненням і підвищенням технічного рівня виробництва, зростанням вимог до якості продукції, вимагає нових форм і методів організації праці, направлених на рішення головного соціального завдання: розвитку інтелектуальних і професійних здібностей людини, найбільш повне використання його трудового і творчого потенціалу, збереження його здоров'я і, на цій основі, підвищення задоволення своєю працею.

Удосконалення соціально-трудових відносин на підприємствах вимагає запровадження комплексу заходів щодо забезпечення соціального партнерства та організацію праці на основі гуманізації.

Соціальне партнерство – демократичний тип узгодження та захисту інтересів сторін соціально-трудових відносин через досягнення компромісних рішень щодо економічного і людського розвитку, правовою основою якого є колективні договори та угоди.

Основні принципи соціального партнерства: гуманізація праці; соціальна відповідальність та солідарність сторін, свобода вибору в обговоренні питань змісту колективних угод та договорів, контроль за їх виконанням тощо.

Удосконалення організації праці, на підставі її гуманізації, передбачає: найбільш повну адаптацію виробництва до людини; високу змістовність праці робітників,

відповідно до кваліфікації, позитивними змінами в трудовій кар'єрі; активну участь робітників в рішенні всіх виробничих завдань. У значній мірі прогресивні рішення щодо гуманізації праці торкаються забезпечення відповідності предметів і знарядь праці психофізіологічним особливостям конкретних груп за статтю та віком, створення максимально гідних та нормальних умов праці та її облегшення, забезпечення повної безпеки праці, раціональної організації процесів виробництва тощо.

Пошук шляхів удосконалення соціально-трудових відносин з точки зору соціального партнерства та гуманізації праці є обов'язковим для забезпечення стратегічного розвитку підприємства.

ВИКОРИСТАННЯ РЕЙТИНГОВИХ ОЦІНОК ДЛЯ ПІДТРИМКИ ФІНАНСОВИХ РІШЕНЬ

Л.В. Мазник, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Для прийняття рішень щодо ефективного розміщення та збереження власних активів підприємствами, фізичними особами, проведення порівнянь між надійністю та ризикованістю різних фінансових установ важливо володіти інформацією, яка дозволяє впорядкувати розстановку пріоритетів та обрати інвестиційний фонд, банк, навіть країну для ведення бізнесу. Функцію корегування інформаційної асиметрії виконують рейтингові агенції, що визначають, наприклад, рейтинги кредитоспроможності як емітентів, так і їх цінних паперів. Саме на базі різноманітних рейтингів інвестори приймають рішення щодо купівлі, продажу, розміщення тих чи інших цінних паперів, відповідних змін у веденні бізнесу. Роль рейтингових агенцій значно зросла під час виникнення світової фінансової кризи, оскільки зниження рейтингів виявилось додатковим джерелом панічних настроїв та підсилювало кризові процеси. Рейтингова агенція – це юридична особа, яка надає професійні послуги на ринку цінних паперів та спеціалізується на визначенні кредитних рейтингів (рейтингуванні) та наданні інформаційно-аналітичних послуг, пов'язаних із забезпеченням діяльності з визначення кредитних рейтингів. Перші рейтинги цінних паперів були надруковані у 1909 р. Джоном Муді за результатами аналізу інвестицій у цінні папери залізничних компаній. З 1997 р. у Німеччині працює близько 15 національних рейтингових агенцій: BayRate, Coface-Gruppe, Creditreform Rating, e-Ratingservice AG, Euler Hermes Rating, Gesellschaft fur Mittelstands-und Arzterating, Rating-Alliancz, Unternehmens Ratibgagentur. У Японії також існує система рейтингування, створена наприкінці 1970-х рр. У 1985 р. створено три японських незалежних рейтингових агентства: Japan Credit Rating Agency, Japan Rating and Investment Information, Japan Bond Research Institute, а міжнародні агентства Standard&Poor's, Moody's та Fitch IBCA відкрили в Японії свої представництва. На теперішній час у світі існує ціла низка рейтингових агенцій, проте найбільшою популярністю користуються рейтинги, обчислені всесвітньо відомими фірмами Moody's Investors Service, Moody's, Standard&Poor's Corporation та Fitch Investors Service.

Рейтингові агенції складають рейтинги держав, муніципальні рейтинги та рейтинги конкретних цінних паперів. Рейтинги конкретних цінних паперів

поділяються на рейтинги короткострокові та довгострокові (схеми їх визначення суттєво різняться). Рейтинг конкретних цінних паперів враховує частку зовнішніх операцій у діяльності компанії; політичний клімат країни, де здійснюються такі операції: наявність і необхідність значних витрат компанії-емітента на обладнання для контролю за станом навколишнього середовища; надійність товарів і послуг компанії-емітента з позицій сприйняття їх ринком (наприклад, негативне сприйняття споживачами продукції тютюнових компаній); наявність у компанії-емітента пенсійних зобов'язань, не забезпечених реальними грошовими потоками; можливість виникнення трудових конфліктів у компанії-емітента (це може бути актуальним, наприклад, для авіакомпаній); облікова політика компанії-емітента.

Залежно від ризику несплати цінні папери розподіляються на такі класи (стандартна шкала рейтингів): 1) папери найвищої якості (highest quality); 2) папери дуже хорошої якості (very good quality); 3) папери хорошої якості (good quality); 4) папери середнього класу (medium grade); 5) папери нижчого та середнього класу (lower medium grade); 6) папери низької якості (poor quality); 7) спекулятивні папери (speculative); 8) папери найнижчої якості (lowest quality/default).

Рейтингова оцінка характеризує рівень спроможності емітента цінних паперів своєчасно та в повному обсязі виплачувати відсотки і основну суму за борговими зобов'язаннями відносно боргових зобов'язань інших позичальників, рейтингова оцінка цінних паперів емітента характеризує рівень спроможності позичальника (емітента) своєчасно та у повному обсязі обслуговувати зобов'язання за цінними паперами. Основний розподіл рейтингової шкали здійснюється за наступними класами: зобов'язання інвестиційного класу; зобов'язання спекулятивного класу; зобов'язання, що знаходяться у стані дефолту.

Оцінки рейтингових агенцій певною мірою впливають на фінансовий потенціал організації. Зниження рейтингу, наприклад, призводить не лише до підвищення вартості ресурсів, але і зниження обсягів залучених ресурсів внаслідок падіння попиту на емітовані цінні папери у зв'язку з підвищенням рівня їх ризику з точки зору інвесторів. Рейтингові агенції відіграють важливу роль в інвестиційному процесі та можуть забезпечити як успіх, так і невдачу компанії на ринку облігацій шляхом присвоєння певного кредитного рейтингу. Кредитний рейтинг – це міра, яка відображає кредитоспроможність приватної особи, підприємства, регіону чи країни, а також надійність цінних паперів. Такі рейтинги розраховуються на основі минулого і поточного фінансового стану об'єктів рейтингування, а також на основі оцінок їх власності та взятих боргів. Кредитний рейтинг являє собою незалежну суб'єктивну якісну оцінку, якою інвестори керуються при визначенні ступеня довіри кредитору і допомагає приймати рішення про здійснення інвестицій. Якщо кредитний рейтинг визначає рейтингова агенція – це його думка про кредитоспроможність об'єкта рейтингування загалом чи відносно його окремого боргового зобов'язання або іншого фінансового інструменту, що виражена у вигляді оцінки за шкалою кредитних рейтингів.

Основною функцією рейтингових агентств є надання об'єктивної і неупередженої інформації про об'єкт рейтингування (це може бути країна в цілому чи окрема компанія або навіть конкретна емісія цінних паперів). Популярність рейтингових агенцій обумовлена цілим рядом переваг як для емітентів цінних паперів, так і для інвесторів. У той самий час головна роль рейтингових агентств із позиції реалізації фінансових рішень полягає у наданні неупередженої та об'єктивної інформації інвесторам. Отже, можна стверджувати, що дії рейтингових агентств чинять як прямий, так і опосередкований вплив на прийняття фінансових рішень,

впливаючи як на обсяги фінансових ресурсів, що можуть бути залучені, так і на їх вартість.

СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО МІСЦЯ ПРОДАВЦЯ-КОНСУЛЬТАНТА

О.М. Олійниченко, ст. викладач

І.С. Журавська

Національний університет харчових технологій

На даний час професія продавця-консультанта користується великою популярністю на ринку праці. Метою даного дослідження є виявлення специфіки організації робочого місця продавця-консультанта косметики та парфумерії в DutyFree аеропорту.

Під робочим місцем продавця-консультанта ми розуміємо частину площі торговельного залу, призначену для роботи одного або декількох продавців, оснащену спеціальним обладнанням для розміщення, а також викладення і продажу товарів.

На робочому місці продавець-консультант здійснює демонстрацію товару, вибір необхідного товару з усіх інших, консультацію покупця, а також надання різних інформаційних послуг покупцям, пов'язаних з придбанням косметики та елітних парфумів.

Організація робочого місця продавця-консультанта повинна забезпечувати найбільш повне використання площі торгового залу, правильний вибір типу обладнання (зокрема, стендів, де знаходяться товари різних брендів) і можливість його раціональної розстановки. Всі лінійки товарів кожного бренду розташовані близько один від одного, що є зручним для продавця-консультанта, тому що як косметика, так і парфумерія бренду, який він представляє, знаходиться поруч з ним.

Найважливішими елементами організації робочого місця продавця, від яких залежать рівень обслуговування покупців та ефективність його праці, є розміщення і викладення товарів. Представник певного бренду розміщує товари за певним зразком, який присилається до магазину електронною поштою кожного місяця (в залежності від акції) з головного офісу. Таким чином, за кожним товаром закріплюється його постійне місце. Покупці звикають до цього і легко орієнтуються в торговому залі. Це також допомагає працівнику магазину контролювати надходження товару зі складу, стежити за повнотою асортименту товарів і своєчасно поповнювати його запаси. Кожного понеділка продавець-консультант заповнює лист бренду, який він представляє, з найменуваннями товарів, які потрібно доставити зі складу в магазин. Це дуже відповідальний процес, оскільки він повинен спрогнозувати кількість та асортимент товарів для замовлення, щоб не було ні простою товару, ні порожніх полиць. Якщо будь-хто з представників бренду робить значні помилки і це відбивається на продажах товару - отримує штраф або залишається без премії.

При розміщенні та викладці товарів значення мають зони, в яких розташовані полиці. Для огляду товарів найбільш вдалою є зона полиць, розташованих на рівні очей покупців. Одним із кроків продавця-консультанта є виявлення найменш продаваного товару та розташування його на рівні очей. Це робиться для того, щоб покупець звернув увагу саме на даний товар, тобто підвищується можливість виконання плану продажів.

Для поповнення робочого місця товаром обирається найзручніший час (з найменшим пасажиропотоком: як правило, з 16:00 до 18:00). Товари на робоче місце потрапляють вручну, для цього використовуються кошики, ящики. А також застосовуються різні види механізації (візки, піддони). По закінченню робочого дня, робоче місце повинно бути упорядковано, все прибрано (здебільшого використані блотери від дегустування ароматів), і відсутній пил на полицях.

Найважливішими чинниками умов праці в роботі продавця-консультанта, який весь час знаходиться в приміщенні DutyFree, є санітарно-гігієнічні. Встановлено, що найбільш сприятливим для людини вважається мікроклімат, що відповідає таким показникам: температура повітря (залежно від кліматичного поясу) – у межах 18-23°C, відносна вологість – 60-70% і швидкість руху повітря – від 0,06 до 0,18 м/с.

В торговому залі терміналу D1 не всі умови відповідають нормам. Зокрема, немає відповідного прогрівання приміщення. Завжди хтось із персоналу магазину хворіє, відповідно, необхідно здійснювати заміну, внаслідок чого працівники мають ненормований робочий графік. У холодний період року необхідно захищати робоче місце від різких потоків холодного повітря при частому відкриванні посадкових воріт за допомогою повітряних завіс. Для більшого запобігання від охолодження в торговому залі можуть бути поміщені додаткові батареї опалення.

Швидкість руху повітря є другим важливим фактором, що характеризує стан мікроклімату. Тож не менш важливою проблемою робочого місця в магазині DutyFree є недостатнє очищення повітря. Гігієнічно обґрунтована швидкість руху повітря з підвищенням його температури збільшується і повинна складати 1-2 м/с при відносній вологості в межах 60-70%. Основною причиною невеликих швидкостей руху повітря є, як правило, недосконалі або недостатньо ефективні системи приточно-витяжної вентиляції. В магазині є 2 витяжні системи в робочій зоні парфумерного відділу, але вони не справляються зі своєю роботою. Тому для покращення умов праці робітників необхідно оновити існуючі витяжні системи на більш нові та досконалі витяжні системи.

Іншою проблемою є надмірна освітленість робочого місця. В торговому залі D1 немає природнього освітлення, є тільки штучне. Як відомо, освітлення виробничих приміщень тільки штучним світлом допустимо лише як виняток. Необхідно враховувати, що природнє світло стимулює життєдіяльність організму людини (біологічну дію, що сформувалося в процесі філоонтогенеза). Він створює відчуття безпосереднього зв'язку із зовнішнім середовищем, дозволяє забезпечити рівномірне освітлення приміщень.

Тож для ослаблення сліпучого дії відкритих джерел світла та освітлених поверхонь з надмірною яскравістю в торговому залі D1 необхідно використовувати відбивачі із захисним кутом не менше 30 градусів у світильниках місцевого освітлення, максимальна яскравість світлорозсіювальних поверхні не повинна перевищувати 2000 кд/куб.м.

Напрямом подальших досліджень буде виявлення психофізіологічних аспектів праці продавця-консультанта в конкретних умовах.

ВПЛИВ ЗМІН НА ПЕРСОНАЛ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ МЕНЕДЖЕРІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ПРОЦЕСУ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ

С.А. Стахурська, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Необхідність адаптації до змін зовнішнього середовища викликає потребу в здійсненні час від часу процесів реорганізації і, зокрема, реструктуризації. Це може проявлятися в скороченні або підборі оптимального розміру штатів, в спрощенні ієрархії, зміні стратегії, зміні культури, злитті і поглинанні, раціоналізації та зниженні витрат тощо. За нормальних умов розвитку реорганізація має здійснюватись в середньому один раз на три – п'ять років. Необхідність процесу реструктуризації незаперечна, але потрібно враховувати, що вона впливає на життя багатьох людей: і менеджерів, і персоналу.

Реструктуризація – це зміни, а отже персонал чинитиме їм в певній мірі опір. Завдання керівників полягає в забезпеченні здійснення робіт, готовності співробітників діяти в новій структурі, гладкого та своєчасного переходу від однієї системи до іншої. Тобто необхідно приділяти увагу одночасно як виконанню завдань, так і питанням роботи з людьми. Плани по здійсненню реструктуризації мають включати в себе не лише послідовність її проектного здійснення, але й плани зі спілкування із співробітниками, плани відбору, плани надзвичайних заходів щодо здійснення дій в критичних умовах.

Проблемою при адаптації співробітників до змін є відсутність бачення ними майбутніх напрямків розвитку та стратегії організації. При здійсненні будь-якої реструктуризації необхідно для кожного співробітника показати світле майбутнє, логічно його обґрунтувати, пов'язати зі стратегією та практичною роботою, виділити відмінності порівняно з попереднім досвідом і показати вигоди.

Задля вдалого здійснення змін важливо забезпечити процес постійного і вчасного спілкування. При цьому потрібно не обмежуватись лише спілкуванням електронною поштою, оскільки досить часто краще використовувати особистий підхід, який забезпечить більш емоційний характер встановлення взаєморозуміння. При наявності опору для працівників має бути більше доступу до людей, в яких є відповіді на важливі питання. Оскільки при змінах люди знаходяться в стресовому стані, вони практично припиняють чути, тому спілкуватись з ними краще безпосередньо, віч-на-віч. Потрібно бути готовим до відповідей на такі питання: яка мета реструктуризації, кого і як торкатимуться зміни, як це буде виглядати на практиці, який для цього потрібно пройти шлях, скільки це триватиме, як буде відбуватися відбір людей на нові посади, що чекатиме інших працівників, де шукати допомогу, яка нова структура, які нові ролі співробітників, як можна залучитись до даного процесу змін, чи буде забезпечене навчання та розвиток, як себе поводити в даній ситуації.

Спілкування потрібно прискіпливо планувати, визначати, як передавати потрібну інформацію відповідним людям прийнятним способом. Для цього мають бути розроблені спеціальні інструкції для менеджерів та чітко визначений план дій. Зміни будь-якої форми при реструктуризації викликають різні емоційні реакції. Але, якщо повідомлення буде індивідуалізоване, то людина швидше сприйме його

позитивно. Особливо доцільними будуть індивідуальні повідомлення при особистій розмові чи на зборах, якщо зміни можуть несприятливо впливати на співробітників.

Процес реструктуризації є досить складним і довготривалим. Персонал при цьому зазнає не лише змін своєї діяльності, але й можливе і скорочення штатів, що посилює стрес. Це вимагає вчасного і вдалого управління людськими очікуваннями, а також використання різних систем підтримки. Існує проблема управлінської підтримки, яка пов'язана з тим, що менеджери також важко адаптуються до змін, деякі з них також втрачають роботу або самі отримують нові посади, а це унеможливує надання ними підтримки працівникам під час змін.

У випадку скорочення штатів відбувається вплив на людей в короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективах. Це проявляється через різні почуття, які люди можуть виявляти або не виявляти, але вони впливатимуть на їх мотивацію. Вплив скорочення штатів на працівників може виявлятися в таких їх відчуттях: ненадійність робочого місця, несправедливість, недовіра та відчуття зради, депресія, стрес, втома, провина, загроза, сму́та, тривога, страх, шок, бажання, щоб усе якнайшвидше закінчилось. При проведенні скорочення штату в організації слід дотримуватись підходів, які запропоновані в моделі Ноера, і передбачають втручання менеджерів на чотирьох рівнях: правильне розуміння процесу, управління емоціями, орієнтація на майбутнє, впровадження змін. Основні ідеї Ноера наступні: управляти змінами на рівні задач і людей, приділяти увагу процесам і задачам, завантажувати задачами співробітників, використовувати нестабільність ситуації, щоб впровадити в організації ті структури, системи і процеси, які будуть підтримувати зміни в довгостроковій перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Камерон Э., Грин М. Управление изменениями. - М.: Издательство "Добрая книга", 2006. – 360с.

2. Noer, D. (1993) Healing the Wounds: Overcoming the trauma of layoffs and revitalizing downsized organizations, Jossey-Bass, San Francisco, CA.

ВПЛИВ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ

Л.І. Тертична, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій
О.О. Дем'янчук, доцент
*ДВНЗ "Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана"*

В економіці і економічній стратегії організації постійно відбуваються зміни. Жодна нова технологія, новий продукт або сучасна програма підвищення продуктивності не може бути введена і ефективно використана за відсутності висококваліфікованих кадрів. Одночасно потрібно враховувати взаємодію організації з зовнішнім середовищем, зміну вимог споживачів, досягнення відповідності між цілями організації, формами і методами управління персоналом, ускладненням менталітету працівника.

Питання управління персоналом організації широко висвітлені у працях таких закордонних вчених, як І. Ансоффа, Дж. Гелберта, Т. Пітерса, Г. Саймона, В. Г. Афанасьєва, Г. В. Слуцького та ін. В Україні з 80-х років XX ст. відбувається процес трансформації моделі управління персоналом до управління людськими ресурсами. Цьому сприяли роботи вчених-економістів, зокрема Крушельницької О. В., Кузьміна О. С., Нижника В. М. Семикіної М. В. та ін. Проте існує низка проблем, які потребують подальших досліджень.

Метою даного дослідження є встановлення тенденцій змін різних аспектів управління персоналом, що відбуваються за сучасних умов в провідних країнах світу та застосування їх у вітчизняній практиці.

Світова практика демонструє наступні напрямки змін в управлінні персоналом: зміна управлінських відносин в бік гуманізації, підвищення уваги до психологічних боків діяльності організації і ціннісним аспектам свідомості; підвищення ролі значення управління персоналом в низці інших функціональних сферах менеджменту; поява нового предмету управління персоналом – управління інноваціями і організаційним розвитком, управління знаннями; якісне зростання інструментальної (інформаційної) оснащеності; зміна правил фінансування: замість витрат на персонал – вкладення в персонал; перетворення поширеного нині виключно операційного управління персоналом в формат переважно стратегічного управління. Як випливає з висновків XX Конгресу Європейської Асоціації з управління персоналом (ЕАРМ), «управління людськими ресурсами увійде в число тих стратегічних складових, без яких неможливий успіх в бізнесі» [1]; передача все більшої кількості непрофільних операційних і частини адміністративних функцій на аутсорсинг і/або їх автоматизація.

Зміна функцій управління персоналом які тягнуть за собою глобальну реструктуризацію цієї сфери менеджменту і організації в цілому потребують аналізу людських чинників діяльності організації, включаючи соціальні, економічні, психологічні та інші аспекти, який ускладнюється мінімальним рівнем науковості [2, с. 349]. Проте його якість значною мірою залежить від досвіду і інтелектуальних можливостей керівників кадрової служби.

Загострення конкурентної боротьби та глобальні зміни ринку потребують досягнення «технологічного» аналізу, тобто створення моніторингу як системи постійного відслідковування індикаторів діяльності персоналу, створення бази даних.

За сучасних умов чисельність і якість робочої сили планується переважно в рамках виробничого планування, тому поточні завдання і нормування праці є наріжним каменем. Сучасна тенденція пропонує розглядати планування персоналу як частину стратегічного планування. Персонал сприймається як об'єкт інвестицій. Так, з одного долара, вкладеного в розвиток середньої за розміром компанії (від 50 до 500 осіб) в США 85 центів інвестується в робочу силу [3, с. 119].

Таким чином, посилення глобалізаційних тенденцій розвитку світової економіки обумовлює необхідність врахування вітчизняним управлінням персоналом наступних тенденцій: розгляд перспективи забезпечення якісною робочою силою як найважливішого завдання організації для забезпечення її конкурентних переваг; впровадження інформаційних систем управління персоналом; розподіл кадрових функцій між керівниками організації по всій вертикалі влади.

Проте низка організацій продовжуватимуть розглядати персонал як витрати і будуть утримуватися на ринках тільки за рахунок зниження собівартості, інші – оцінять можливості, які отримуються від інвестицій в персонал, що забезпечують перспективну конкурентоспроможність.

ЛІТЕРАТУРА

1. EAPM Congress 2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: (<http://www.eapm.org>).
2. Куріна Н.С. Інноваційна модель концепції професійної адаптації персоналу / Н.С. Куріна, Н.Д. Дарченко. // Бізнес Інформ. – 2013. – № 8. – С. 348–353.
3. Галайда Т.О. Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу на підприємствах в сучасних умовах / Т.О. Галайда, І.М. Савицька. // Економіка і регіон. – 2011. – № 2 (29). – С. 118-122.

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ

О.А. Чигринець, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Формування кадрової політики вимагає не лише дотримання правил, норм та принципів корпоративної культури, врахування стратегічних цілей організації, але й пошук оптимальних шляхів інтеграції рішень з управління кадровим складом до єдиної моделі корпоративних рішень. При цьому мають бути враховані такі фактори, як масштаби організації, напрями діяльності, складність зовнішніх зв'язків тощо.

В сучасних умовах господарювання компанії стикаються із проблемами розвитку стратегічних моделей кадрової політики, що мають забезпечувати формування кадрового потенціалу. Найчастіше мають місце проблеми кадрового управління в сфері підготовки професійних кадрів, здатних виконувати робочі завдання на рівні, що відповідає сучасним стандартам.

Визначальним завданням у сфері управління людськими ресурсами компанії, яке реалізується за участю всіх адміністративних та організаційних одиниць підприємства, є ефективна реалізація кадрової політики. Отже, кадрова політика відіграє значну роль в системі управління діяльністю підприємств та займає одне із провідних місць в процесі розробки корпоративної стратегії розвитку [2].

На процес формування структури та принципів сучасної кадрової політики постійно здійснюють вплив фактори зовнішнього та внутрішнього середовища організації до яких можна віднести наступні:

- фактори внутрішнього середовища, що обумовлюють структуру кадрової політики: організаційна модель підприємства, ресурсне забезпечення виробничої діяльності, стан соціально-культурного середовища, динаміка впливу стратегічних принципів та пріоритетів на процес управління кадровою політикою організації;

- фактори зовнішнього середовища: стан ділового оточення, відносини із постачальниками, посередниками та споживачами продукції, рівень конкуренції в галузі та суміжних сферах господарської діяльності, темпи розвитку технологій виробництва та організації адміністративної роботи, державна та міжнародна політика регулювання господарсько-правових відносин, загальне соціально-економічне становище зовнішнього середовища.

Кадрова політика компанії охоплюють реалізацію наступних напрямів: залучення людських ресурсів до власного виробничого процесу, використання власного кадрового складу їх у цільових видах робіт, регіональних проектах та програмах розвитку територій, тощо. Основним спрямуванням кадрової політики є розвиток, підготовка та перепідготовка персоналу, що стає основою для

довгострокової співпраці із закладами сфери освіти, сприяння працевлаштуванню молоді та впровадженню наукових методів організації роботи у власний технологічний процес [1].

Необхідно зазначити, що до основних організаційних проблемам, які впливають на ефективність кадрової політики компанії, належать [2]:

- необхідність формування ефективного механізму розподілу ресурсів підприємства, що має забезпечити сферу кадрової політики фінансовими, організаційними та правовими можливостями;

- необхідність створення належних умов праці та професійного розвитку працівників компанії, ефективна організація їх ділової активності;

- невідповідність заходів кадрової політики та їх інтенсивності відповідно до обраних форм та методів кадрової політики як структурного елементу корпоративної стратегії організації;

- невідповідність кількісних та якісних характеристик кадрового складу нормативним показникам, що є необхідними задля оптимальної реалізації кадрової стратегії компанії.

Кадрова політика організації займає важливе місце серед основних інструментів моделі корпоративного управління, що пов'язує між собою виробниче, економічне та соціальне середовище підприємства та забезпечує оптимізацію використання кадрового потенціалу у залежності від поточних потреб. На даному етапі розвитку корпоративних систем управління кадрова політика значно розширює сферу власного впливу, оскільки зростання ролі персоналу підприємства супроводжується також і необхідністю формування його відповідних кваліфікаційних характеристик у майбутньому, що вимагає використання нових підходів до формування та реалізації заходів кадрової політики. Корпоративна модель управління, що використовує надбання кадрової політики у сфері розвитку та формування конкурентоспроможного колективу отримує додаткові переваги на шляху підвищення ефективності функціонування підприємства в цілому. Таким чином, при формуванні кадрової політики сучасних підприємств слід більш детально та системно аналізувати її вплив, виходячи із уявлень щодо масштабів та перспектив розвитку кадрового складу в рамках корпоративної моделі управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Глазов М. М. Управление персоналом: анализ та диагностика персонал-менеджмента / М. М. Глазов, И. П. Фирова, О.Н. Истомина. – СПб.: ОАО «Андреевський издательский дом», 2007. – 251 с.

2. Граньова В. М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства : монографія / В. М. Граньова, І. А. Грузіна. – Х. : ІНЖЕК, 2007. – 184 с.

ОЦІНКА ЖОРСТКОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ЗАЙНЯТОСТІ

Я.І. Юрик, канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Не викликає сумнівів той факт, що законодавство про захист зайнятості, яке охоплює систему норм та правил найму й звільнення працівників, має суттєвий вплив на функціонування ринку праці [1 – 3].

Одним із підходів кількісного вимірювання жорсткості законодавчого захисту зайнятості є застосування спеціальних шкал, за якими дається бальна оцінка прямим і непрямим (процедурним) витратам роботодавців у зв'язку з необхідністю виконання та дотримання ними відповідних законодавчих норм та правил, після чого показники певним чином агрегуються в інтегральний індекс. Зокрема, в такий спосіб розраховуються індикатори ОЕСР жорсткості законодавства про захист зайнятості (*EPL, employment protection legislation*) та індекси жорсткості зайнятості (*REI, rigidity of employment index*) й витрат на звільнення (*FC, firing costs*) Світового банку.

Індекс EPL є одним з найчастіше вживаних показників, що відображає жорсткість законодавства про захист зайнятості (особливо за умови необхідності порівняльного аналізу між країнами). Він дозволяє оцінити значне число елементів трудового законодавства і має доволі прозору методику розрахунку.

Індекс EPL отримують шляхом агрегування показників (субіндексів) жорсткості законодавчого захисту при індивідуальних та колективних звільненнях постійних працівників, а також жорсткості регулювання тимчасової зайнятості.

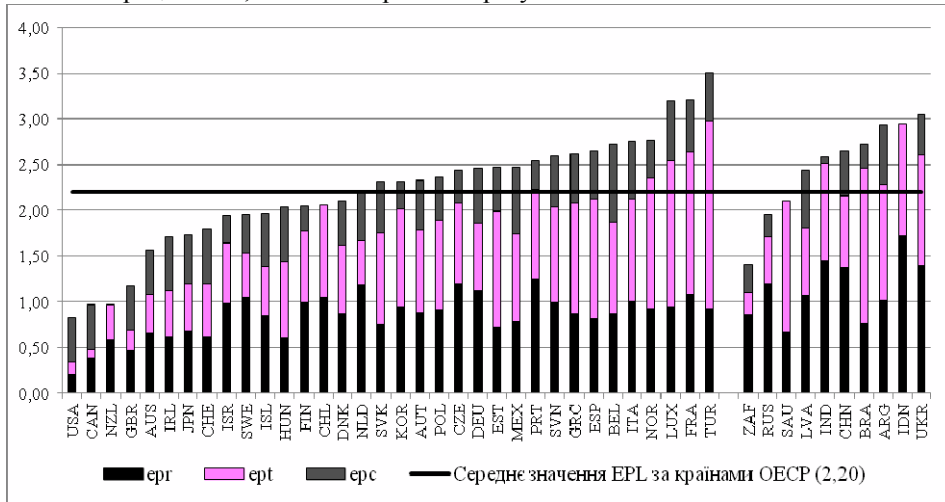


Рис. 1. Індекс жорсткості законодавства про захист зайнятості (EPL), 2013 р.

*На рисунку відображено вклад субіндексів жорсткості законодавчого захисту при індивідуальних (EPR) та колективних (EPC) звільненнях постійних працівників, а також жорсткості регулювання тимчасової зайнятості (EPT). Висота стовпця відображає інтегральне значення індексу EPL. Розрахунки виконано за третьою версією методики ОЕСР.

** Значення для Бразилії, Китаю, Індії, Індонезії, Росії, Саудівської Аравії та Південної Африки наведені станом на 2012 р.

*** Значення для України розраховано автором.

Джерело: розраховано за даними OECD Indicators of Employment Protection (<http://www.oecd.org/employment/protection>)

Як показують результати оцінювання, Україна*** за рівнем індексу EPL (3,05) випереджає держави з далеко не ліберальним регулюванням зайнятості (рис. 1): Іспанію (2,65), Грецію (2,62), Португалію (2,54) та стає в один ряд з тими, чий ринок праці за загальним визнанням є надзарегульованими: Люксембург (3,19), Франція (3,21).

Жорстке законодавство про захист зайнятості серед наслідків має підвищення витрат (прямих і не прямих) на робочу силу, а отже, скорочення попиту на неї та

зниження рівня зайнятості; сповільнення створення нових робочих місць; затяжний характер та загострення структурних проблем безробіття; поглиблення сегментації ринку праці й погіршення становища соціально вразливих груп населення; зростання неформальної зайнятості, яка позбавлена тягара формальних регуляторів.

В Україні потреба в дерегуляції сьогодні визначається як одне з пріоритетних завдань сталого розвитку, відтак і програма реформ на вітчизняному ринку праці повинна бути спрямована на спрощення відповідних правил та процедур. Адже чим прозорішими і необтяжливими є самі правила, тим легше стежити за їх дотриманням та вимагати їх виконання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вишнева Н. Т. Законодательство о защите занятости и рынок труда / Н. Т. Вишнева // Вопросы экономики. – 2004. – № 3. – С. 114 – 122.
2. Мироненко О. Н. Влияние законодательства о защите занятости на занятость и безработицу: опыт межтрансовых сопоставлений / О. Н. Мироненко // Экономический журнал ВШЭ. – 2009. – №4. – С. 575 – 595.
3. Cazes S. Employment Protection Legislation and Its Effect on Labour Market Performance / S Cazes, A. Nesporova. – Geneva: ILO, 2003. – 30 p.

FORMATION OF ENTREPRENEURSHIP POTENTIAL IN UKRAINE ON THE BASIS OF OBTAINED MIGRATION EXPERIENCE

Yuriy Bilan, postdoc fellow
National University of Food Technologies

Within the framework of this paper we have analyzed an important issue for Ukraine. This issue was connected with possible efforts in order to stop the fall of the gross national product and creation of prerequisites for its future growth through formation and increasing entrepreneurship potential using migration experience of returning migrants.

Nowadays international migration shall play an important role in formation of entrepreneurship potential in developing countries and in particular in Ukraine. And it is not just international migration, it is so-called “temporary migration”, meaning that migrants after gaining experience, accumulating savings, etc. shall return back to the homeland and become the part of the national entrepreneurship potential by setting up new business as private entrepreneurs.

The main purpose of this research is to find out whether migrants returning to Ukraine are more likely to become entrepreneurs than people, who never left the country? Also, we shall deal with other issues connected with migration, including loss of financial and social capital.

There is a probability that return migrants shall become private entrepreneurs more likely than non-migrants. Moreover, “temporary migration” can be used by the migrants for accumulation of human and physical capital, resulting in their higher entrepreneurship potential. Consequently, there is a question, what kind of situation is there in Ukraine?

Answer to this question is provided by the data collected within the EUMAGINE project [1]. Within the project there were created two groups of respondents, one with migration experience and there one without such experience. Afterward, author and other researchers compared those two groups.

Upon results of the research there were obtained the following key findings:

1. There are high migration aspirations in Ukraine (49,3%);
2. Migration aspirations are almost the same between men and women, there were no significant gender differences revealed;
3. More educated people have the highest migration aspirations;
4. Respondents have rather negative perceptions of Ukraine, herewith, Europe is almost land of a dream for them;
5. People unsatisfied with their financial and social condition have higher migration aspiration.

Research conducted in Ukraine covered four districts in four chosen areas which complied with the criteria for “theoretical sampling”. Those districts included the districts with the highest rates of internal and external migration (Solomensky district of Kiyv city and Zbarazhsky district of Ternopil region), as well as districts with the lowest rates of internal and external migration (Novovodolazsky district of Kharkiv region and Znamyansky district of Kirovohrad).

Key questions answered by the groups of respondents included the following questions:

1. If you had the opportunity to go abroad and live or work there for the next five years - you would go or you would stay in your homeland country?
2. If you had the opportunity to return - you would return or stay in emigration? If you would return, what shall you do in your country of origin?

From the point of view of Ukrainian state, there is a possibility to get back economically active natural persons and to increase the entrepreneurship potential of the country. However, it shall be a great challenge for policy makers.

REFERENCES

1. EUMAGINE project – <http://www.eumagine.org/>

СЕКЦІЯ 4.

МАКРО- ТА МІКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Голова секції – Т.А. Говорушко, д-р. екон. наук, професор
Секретар секції – Г.І. Лановська, канд. екон. наук, доцент

Ауд. В-603

КРИТЕРІЙ ВИБОРУ ТА ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ

М.І. Арич

Національний університет харчових технологій

Вибір та обґрунтування стратегій управління є одним з основних елементів процесу удосконалення управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємств, адже входить до таких складових розвитку системи управління результатами, як, зокрема, етапи оптимізації методики MADIC (DMAIC) та в цілому управління згідно з концепцією Six Sigma. Структура формування, вибору та обґрунтування стратегій, з метою забезпечення високого рівня науковості та широти дослідження вибраного процесу, буде передбачати послідовний аналіз загальної схеми управління і розподілу фінансово-економічних результатів, визначення основних умов до стратегій управління – їх принципів побудови, особливостей застосування, а вже на основі інформації отриманої від такого дослідження будуть формуватися та обґрунтовуватися конкретні стратегії управління результатами.

На основі результатів детальних досліджень стану та якості управління фінансово-економічними результатами, що також передбачено в першому етапі методики MADIC (DMAIC) концепції Six Sigma, а також відповідно до моделі управління фінансово-економічними результатами підприємства, необхідно визначити та обґрунтувати, яку стратегію управління результатами обрати. Такий процес можливий тільки і повинен здійснюватися за умови глибокого та обґрунтованого аналізу ефективності управління фінансово-економічними результатами, тобто фактичного стану та якості відповідних управлінських дій менеджменту суб'єкта господарювання. Тому нами сформовано наступний перелік основних чи загальних стратегій управління на основі яких в подальшому будуть розроблені нові деталізовані стратегії з метою удосконалення управління фінансово-економічними результатами (табл.).

**Стратегії управління фінансово-економічними результатами підприємств
залежно від значення кінцевих показників оцінки його ефективності**

№ п/п	Назва стратегії	Критерії вибору	Характеристика
1	Стратегія №1.1: «Підтримка рівня максимальної ефективності: стабільність та розвиток».	Ефективність управління є найвищою: $\hat{E}_{\hat{N}} = 1; {}^2 I > 1$; фінансовим результатом є чистий прибуток.	Дана стратегія передбачає підтримання та покращення дійсних показників діяльності підприємства, що забезпечують максимальну ефективність управління фінансово-економічними результатами. Враховуючи позитивні темпи функціонування підприємства, доцільно досліджувати та розвивати нові перспективні напрями роботи, а також активізувати інноваційно-інвестиційні види діяльності, використовуючи при цьому всі можливості ринкового середовища.
2	Стратегія №1.2: «Підтримка рівня ефективності: перехід від збитку до прибутку».	Ефективність управління є майже найвищою: $\hat{E}_{\hat{N}} = 1; {}^2 I > 1$; фінансовим результатом є чистий збиток.	Ключовим елементом даної стратегії є ліквідація негативного фінансового результату – чистого збитку, що в свою чергу передбачає оптимізуючий вплив на проміжні показники формування фінансово-економічних результатів діяльності підприємства.
3	Стратегія №2: «Прямуювання до високого рівня ефективності управління».	Один з показників - $\hat{E}_{\hat{N}}$, ${}^2 I$, або два разом не відповідають умовам високого рівня управління $(0 < \hat{E}_{\hat{N}} \leq 1$ та/або ${}^2 I < 1)$; фінансовим результатом може бути як чистий прибуток, так і збиток.	Виконання стратегії ставить перед собою цілі впливу на ті величини інтегрального показника оцінки ефективності управління $({}^2 I)$ індекси росту яких показують негативні значення; а також на показники фактичних рядів динаміки, зміна яких веде до співпадання рангів фактичного та нормативного рядів, тобто $\hat{E}_{\hat{N}} = 1$.
4	Стратегія №3: «Ва-банк: все або нічого».	Ефективність управління знаходиться на дуже низькому рівні $(-1 \leq \hat{E}_{\hat{N}} \leq 0; {}^2 I < 1)$, але на підприємстві наявні можливості для успішної реалізації різних господарських програм.	Перед підприємством ставляться задачі реалізації всіх можливих заходів, при чому, найбільш ризикових для підвищення ефективності управління фінансово-економічними результатами та досягнення місії та цілей створення. Основною умовою є наявність в розпорядженні даного суб'єкта господарювання виробничих потужностей та управлінського персоналу для виконання поставлених перед ними завдань виходу з кризи управління результатами підприємства.

Крім представленого переліку основних стратегій управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємств, ми вважаємо, що необхідно для підвищення якості проведених управлінських дій виділити ще ряд стратегій, які побудовані на основі аналізу матриці показників оцінки ефективності управління результатами. Так, враховуючи, що дана матриця поділена на три групи показників за ознаками «Результати», «Витрати» та «Ресурси», можна сформувати стратегії управління фінансово-економічними результатами в залежності від того група яких індексів росту вище перелічених показників найбільше, в середньому та найменше відхиляється від своїх оптимальних значень, тобто від тих, які сприяють набуттю інтегральним показником оцінки ефективності управління результатами позитивних значень, що і буде основним критерієм їх вибору та обґрунтування.

Визначення та обґрунтування стратегій управління фінансово-економічними результатами діяльності суб'єктів господарювання є складовою комплексу заходів удосконалення всієї системи управління результатами та представляє собою невід'ємну частину менеджменту підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Панде П., Холп Л. Что такое «шесть сигм»? Революционный метод управления качеством / Пер, с англ.. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 160 с.
2. Пожуев А.В. Современные подходы к изменению качества бизнес-процессов [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/24034>.
3. Решетов М. Теория «шесть сигм» и автоматизация процесов предприятий [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://consulting.1c.ru/ejournalPdfs/reshetov--07-30.pdf>.
4. Турковский Г. Методология шесть сигм и её применение для оценки и улучшения эффективности лабораторных процессов [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://15189.ru/data/documents/SixSigma-in-MedLab.pdf>.

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЄЮ

В.В. Боковець, доцент кафедри менеджменту
Вінницький фінансово-економічний університет

Проблеми фінансового забезпечення діяльності корпорацій в останній рік постають усе з більшою гостротою. В умовах високих темпів інфляції, поширення фінансової заборгованості між суб'єктами підприємницької діяльності, що викликає зростання термінів оборотності дебіторської та кредиторської заборгованостей, уповільнення фінансових циклів ефективно фінансове управління корпорацією стає першочерговою задачею ефективного управління.

Процеси глобалізації, зростання взаємозалежності національних економік, світова фінансова криза свідчать про те, що корпорації вийшли на якісно новий рівень розвитку і в цій своїй якості вимагають настільки ж якісної нової системи управління, адекватної вимогам сучасності [1].

В процесі фінансового управління корпорацією виникає проблема забезпечення збалансованості інтересів різних зацікавлених осіб корпоративного управління: власників, менеджменту, персоналу, постачальників та реалі заторів продукції. Оскільки від чіткої взаємодії між ними залежить ефективність функціонування корпорації.

Фінансове управління корпорацією передбачає виконання загальних та специфічних функцій. До загальних функцій відносяться: планування, організація, мотивація, контролювання. До специфічних – розподільча та відтворювальна.

Реалізація специфічних фінансових функцій проявляється у формуванні й розподілі фінансових ресурсів, що передбачає можливість здійснювати визначену власниками фінансову політику та забезпечувати необхідні темпи та масштаби відтворення.

Виконання загальних функцій у фінансовому управлінні проявляється через формулювання та реалізацію фінансової стратегії.

Головною метою фінансової стратегії підприємства є максимізація його ринкової вартості та підвищення ефективності діяльності. Вона досягається шляхом конкретизації цілей з урахуванням завдань та особливостей майбутнього фінансового розвитку підприємства. Система стратегічних фінансових цілей повинна забезпечувати формування достатнього обсягу власних фінансових ресурсів і високу рентабельність використання власного капіталу; оптимізацію структури активів й оборотного капіталу; встановлення прийнятного рівня фінансових ризиків у процесі здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства у довгостроковій перспективі [2].

Виконання функцій фінансового управління корпорацією повинно вбудовуватись у її фінансовий цикл, який передбачає рух фінансового капіталу від моменту закупівлі сировини та матеріалів до повернення грошових коштів за реалізовану продукцію, яку випускає корпорація.

Фінансовий метод управління корпорацією можна визначити як спосіб впливу на фінансові та економічні відносини в процесі ухвалення фінансових управлінських рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Колесова І.В. Фінансовий механізм корпорацій та напрями його модернізації. / І.В.Колесова // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – № 1. – 2011, С. 229-240

2. Аранчій В.І. Фінансова стратегія у системі управління підприємством / В.І. Аранчій, О.П.Зоря // ВІСНИК Полтавської державної аграрної академії. – 2010– № 2. – с. 156-159

ГЕНЕЗИС ВИНИКНЕННЯ ПОНЯТТЯ “БАНК” ТА “БАНКІВСЬКА СПРАВА”

О.А. Гнатенко, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

У сучасній ринковій економіці однією з функцій ринкових сил є вартість посередницького капіталу. Вона відображає поряд з іншими явищами попит і пропозицію, фінансові цілі банку, потенційний ризик як кінцевого споживача капіталу, так і посередника, який забезпечує цей капітал. Тому дослідження історичного походження банківської справи і банків набувають особливої актуальності.

Основною метою тези є дослідження історичного походження банківської справи та банків. Говорячи, про вагомий внесок багатьох учених у розроблення різних аспектів у сфері банківської діяльності, то не можна стверджувати, що в сучасних умовах ринкової економіки по-новому трактується багато категорій, зокрема й поняття «банку», його ролі в банківській системі. Наявність різних поглядів, на цю проблему вимагає особливого дослідження не випадкового набору питань, що розкривають банківську діяльність, проте відповіді на конкретні питання визначені методологією.

Точні дати появи перших банківських установ невідомі. Проте відомо, що функції зберігачів перших грошей та інших цінностей, а також обміну одних грошей на інші виконували храми та священнослужителі (у Біблії згадується, що Христос вигнав мінял із храмів).

Діяльність храмів стосовно регулювання грошового обігу зводились до

необхідності оновлення товарних грошей у зв'язку з їх природним псуванням, зниженням якості. Прототипом розрахунково-касових операцій були дії храмів щодо обліку та розрахунку товарних грошей. Господарства храмів водночас з наданням позики або відстрочкою платежів, виконували інші функції, такі як купівля-продаж землі, стягнення податків, управління державним майном. Недоторканість храмів гарантувала безпеку збереження цінностей, починаючи з IV ст. до н.е. Слово «банк» походить від італійського слова «banca», що в перекладі означає «лавка», тобто місце, де обмінювалися гроші. У французькій мові слово банк має спільне коріння із словом «banque», тобто «скриня», місце, де щось зберігають[1].

Спірним залишається питання про те, що означає поняття „банк” і в банківському законодавстві США. Так, американський учений П. Роуз визначає банк як фінансовий інститут, який пропонує широкий діапазон послуг [2].

Проаналізувавши наукові дослідження категорії „банк”, можна стверджувати, що це питання не є настільки простим, як це здається на перший погляд. Англійські вчені [3] визначають банк як структуру, яка зберігає гроші для своїх клієнтів, надає гроші в кредит під відсоток та здійснює комерційні операції з грошима.

Отже, враховуючи більшість наукових суджень щодо трактування поняття банку та банківської справи, ми бачимо, що воно носить спірний характер і має багато суджень. Тому наше дослідження набуває особливої актуальності оскільки дає можливість звести всі відомі судження до одного основного поняття “банк” та “банківська справа”.

ЛІТЕРАТУРА

1. Банківська енциклопедія / С.Г. Арбузов, Ю.В. Колобов, В.І. Міщенко, С.В. Науменкова. – К. : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання, 2011. – 504 с
2. Котковський В.С. Банківські операції: Навч. посіб. / В.С. Котковський, О.В. Неізнестна; рец. В.І. Грушко. – К.: Кондор, 2011. – 498 с.
3. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг: підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Т.А. Говорушко, д-р екон. наук, професор

В. М. Стецюк, канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Узагальнення економічного змісту управлінських технологій дозволило зробити висновок, що теорія менеджменту за вартістю (value management, shareholder value concept, value-based management – VBM), принципово відрізняється від раніше прийнятих критеріїв управління і характеризується більш ефективною концепцією управління акціонерним капіталом, ніж інші системи. Пояснити це можна тим, що в основі VBM лежить управління інтегрованим фінансовим показником – вартістю компанії, який передбачає орієнтацію не лише на окремі компоненти фінансового менеджменту – управління ліквідністю, ризиками та прибутковістю, а й на їх одночасне збалансоване поєднання, що виявляється в кінцевому підсумку у доданій вартості компанії.

Порівняльну характеристику вартісно-орієнтованого та традиційного підходу

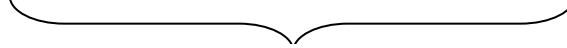
до управління підприємствами представлено в табл. 1 [1]. У даному контексті слід відзначити, що предметне поле та теоретико-методологічні особливості вартісно-орієнтованого підходу були сформовані англосаксонською управлінською культурою у 80–90 роках XX ст., коли в США відбулося посилення ролі інституціональних інвесторів, яке підтримувалося відповідними змінами у законодавстві, що регулює корпоративні взаємовідносини.

Порівняльна характеристика традиційного та вартісно-орієнтовного підходів до управління підприємствами

Порівняльні ознаки	Система управління	
	традиційна	вартісно - орієнтована
1. Мета діяльності	Максимізація прибутку підприємства	Максимізація акціонерної вартості компанії
2. Взаємозв'язок зі стратегією	Відсутність взаємозв'язку між стратегією та системою бюджетів	Чітке фокусування на реалізацію стратегії
3. Горизонт планування	Орієнтація на ефективність у короткостроковій перспективі	Орієнтація на ефективність у довгостроковій перспективі
3. Особливості методичного підходу планування діяльності	Базується на фактичних даних минулих періодів	Орієнтується на бажаний рівень інвестиційної вартості та її майбутнє зростання
4. Врахування варіантів прийняття управлінських рішень	Виключає з аналізу альтернативність дій, ігнорує більш ефективні варіанти розвитку	Забезпечує оцінку додаткових альтернативних можливостей
5. Основні результативні показники діяльності	Бухгалтерський прибуток та прибутковість	Економічний прибуток, потік вільних грошових коштів

Дослідження еволюції концептуальних підходів до управління підприємством впродовж останніх ста років показало, що вартісно-орієнтований підхід з'явився в результаті еволюції цілого ряду фінансових показників (рис. 1) [2].

20-ті рр. XX ст.	...	70-ті рр. XX ст.	80-ті рр. XX ст.	90-ті рр. XX ст. – поч. XXI ст.	
				VBM:	BSC:
– модель Дюпона (факторний аналіз); – ROI (доход від інвестованого капіталу)		– ESP (показники прибутку на акцію); – ROE (віддача власного капіталу); – RONA (прибутковість чистих активів)	– MV/BV (ринкова вартість / балансова вартість); – RONA (прибутковість чистих активів); – CF (грошові потоки)	– EVA (економічна додана вартість); – MVA (ринкова додана вартість); – SVA (додана вартість акціонерного капіталу); – CVA (додана вартість потоку грошових коштів); – CFROI (прибутковість інвестицій на основі потоку грошових коштів); – RIM; – OPM (опціонне ціноутворення)	Показники в чотирьох проекціях: – фінанси; – клієнти; – бізнес-процеси; – персонал



Традиційний підхід



VBM – менеджмент, що ґрунтується на управлінні

Рис. 1. Еволюція фінансових показників в оцінюванні ефективності управління

Сучасна концепція вартісно-орієнтованого менеджменту є визнаною академічним та бізнес-товариством як ключова управлінська парадигма, і отримує

все більше розповсюдження на практиці, у тому числі й в Україні. У цілому системна методологія VBM базується на "економічному погляді" на бізнес із класичної політекономії.

VBM перестає бути теоретичною конструкцією і переходить у розряд інструментів стратегічного управління, який узгоджується зі стратегічним розумінням необхідності врахування ментального, інституційного, культурного, інформаційного впливів на споживчі очікування та економічні інтереси суб'єктів взаємовідносин, у 1990-х роках, коли співробітники консалтингової компанії McKinsey Т. Коупленд, Т. Коллер і Д. Мурін [4] видали свої праці, що стали фундаментом вартісно-орієнтованого менеджменту. В основі їхньої концепції лежить постулат: вартість підприємства визначається майбутніми грошовими доходами її власників, а нова вартість створюється лише тоді, коли отримана віддача від інвестованого капіталу перевищує його затрати.

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєва Т. А. Управління вартістю підприємства [Електронний ресурс] / Т. А. Афанасьєва. – Режим доступу: <http://intkonf.org/afanaseva-ta-upravlinnya-vartistyu-pidpriemstva/>
2. Борщук, І. В. Ринкова вартість капіталу компанії та її акцій [Текст] / І. В. Борщук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С.252-259.
3. Брезіцька, О. В. Сучасні методичні підходи до оцінки вартості підприємства [Текст] / О. В. Брезіцька // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. – №1. – С. 3-8.
4. Гринкевич, С. С. Управління ринковою вартістю підприємства [Текст] / С. С. Гринкевич, І. І. Ониськів // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.1. – С.187-190.

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ Й РОЗВИТКУ НА ТЛІ АКТИВІЗАЦІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

І.В. Дем'яненко, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Підписання історичного акту України про асоціацію з Європейським союзом з наступним входженням нашої країни до цієї спільноти народів визначили змістовність політики нашої держави на найближчу перспективу. Вона полягає у досягненні повної адаптації чинного в Україні фінансово-економічного і суспільно-політичного механізмів до європейської практики. Досягнення цієї мети потребує здійснення в Україні відповідних реформ, орієнтованих на уніфікацію вітчизняної практики до європейських стандартів.

Людське суспільство перебуває у постійному русі, а у процесі розвитку якісної визначеності суспільно-економічних відносин, переходить від однієї, до іншої, більш досконалої стадії якісного стану. Кожна наступна стадія вбирає у себе все те краще, що було створене у попередній стадії та на цій основі відбувається досягнення нових рубежів суспільного прогресу. Розуміння прогресу, що сприймається через взаємозв'язок продуктивних сил і виробничих відносин, відкриває бачення переваг певних моделей господарсько-фінансових механізмів з позиції доцільності їх застосування у реальній дійсності. Економічний механізм як

науковий термін розкривається двояко – як вираз виробничих відносин і як практичний метод господарювання [1]. Свідченням важливості застосування методології економічного механізму в наукових дослідженнях є присудження Нобелівської премії з економіки за 2007 р. Леоніду Гурвіцу, Роджеру Майерсону та Еріку Маскіну за «основоположний вклад в теорію економічних механізмів» [3].

Останнім часом економічний механізм розглядається як ринковий, що поєднує саморегулювання діяльності суб'єктів з регуляторними функціями держави. Виступаючи засобом і способом організації суспільного виробництва, економічний механізм ринкової економіки забезпечує координацію функціонування і розвитку соціально-економічних відносин ринкової системи господарювання адекватно сучасному періоду суспільного поступу. Він являє собою органічну єдність, цілісність відносно самостійних елементів, що її створюють і діють як окремі функціональні підсистеми, які мають свою власну будову і у взаємозв'язку з іншими підсистемами становлять єдине ціле.

Одним із провідних напрямів реформаційних змін є відпрацювання у складі економічного механізму дієвої моделі фінансового механізму координації і управління процесом прогресивного поступу українського суспільства. Фінансовий механізм сприймається як сукупність регуляторів, за допомогою яких здійснюється досягнення реалізації інтересів рушійних сил у функціонуючій системі економіки. З позиції суспільно-економічного розвитку важливо, щоб система фінансового механізму конкретного способу виробництва стимулювала збільшення частки кінцевого продукту кожному його учаснику і забезпечувала адекватний приріст потенціалу факторів виробництва в процесі розподільчих відносин. Враховуючи те, що особистий інтерес є рушійним чинником, що інтегрує зусилля кожного учасника, в умовах консолідованої ринкової економіки матеріальна винагорода формується інтегральними зусиллями як загальний результат. На цій основі провідним виступає не особистий, а загальносуспільний інтерес. Фінансовий механізм же засобами розподільчих відносин забезпечує адекватність реалізації інтересів усіх учасників і має значний потенціал позитивного впливу на розвиток виробництва в частині удосконалення вертикальних і горизонтальних зв'язків національної економіки виступаючи інструментом розв'язання конкретних завдань економічного зростання і суспільного розвитку в умовах активізації глобалізаційних процесів.

Фінансовий механізм як ієрархічна організаційна структура елементів, у складі якої виділяються дві підсистеми не може функціонувати у відриві від певного суспільно-економічного процесу. Одночасно із розвитком і на потребу суспільного виробництва відбувається удосконалення фінансового механізму, включаючи функціональну і організаційну його підсистеми, які знаходяться у тісному взаємозв'язку між собою [2]. Ступінь успішності реалізації двох важливих завдань: фінансового забезпечення ресурсами виробничих та соціальних потреб зростання і розвитку національної економіки та успішності фінансового регулювання економічних і соціальних відтворювальних процесів є критерієм оцінки дієвості фінансового механізму. У відповідності з власною фінансовою політикою, фінансовий механізм підприємства в першу чергу має забезпечувати його необхідними (власними, залученими і позиченими) фінансовими ресурсами у довго- і короткостроковому періоді. Система оподаткування, кредитна система, стабільність і досконалість законодавчої бази, ступінь розвитку страхового і фінансового ринку, рівень розвитку та інтенсивність зовнішньоекономічних відносин є основними екзогенними (зовнішніми) умовами, що значною мірою зумовлюють необхідність своєчасного внесення в систему фінансового механізму відповідних адаптивних

коректив. Отже, фінансове забезпечення та фінансове регулювання з позиції цивілізаційного поступу є двоєдиним завданням фінансового механізму, успішність якого визначається досягнутою величиною та стабільністю темпів розширеного суспільного відтворення особливо в умовах активізації глобалізаційних процесів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абалкин Л.И. Избранные труды. В 4-х Т. // На пути к реформе. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый путь экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. – М.: Экономика, 2000. – 911 с.
2. Артус М.М. Економічна сутність фінансового механізму як засобу реалізації фінансової політики / М.М. Артус // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014, № 3 (154). – С. 3-7.
3. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.), [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http : // institutions. Com / theonies / 252... 2007... / hetmt /](http://institutions.com/theories/252...2007.../hetmt/).

МЕТОДИКА ВИБОРУ ВИДУ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО ОБРАНОЇ СТРАТЕГІЇ

В.П. Дуда

Національний університет харчових технологій

У сучасних умовах функціонування української економіки, що постійно змінюються та є наслідком кризових явищ, постає необхідність розробки і впровадження нових інструментів і методів управління бізнес-процесами суб'єктів господарювання для підвищення ефективності їх діяльності. Практичний досвід українських підприємств свідчить про те, що реструктуризація підприємств найчастіше здійснюється в критичній ситуації, коли результати виробничої діяльності різко знижуються або виникають проблеми з платоспроможністю підприємств. Проте, реструктуризація необхідна також стабільним підприємствам для збільшення їх вартості, прискорення відриву від найближчих конкурентів і створення унікальних конкурентних переваг.

На нашу думку, необхідно визначати той чи інший вид реструктуризації з урахуванням обраної стратегії підприємством. Для цього автором розроблено методику визначення виду реструктуризації у відповідності до меж та критеріїв складових, що відповідають за формування відповідної стратегії. Для встановлення цієї відповідності автор використовує експертний метод. Професійна інформованість експертів розповсюджувалася на глибоке розуміння основних питань виробництва та реалізації продукції, стану та тенденцій розвитку ринку, конкурентної ситуації в галузі. У процесі дослідження на експертів покладалися завдання: визначити коефіцієнти вагомості одиничних показників; дати оцінку одиничним диференційованим показникам; рекомендувати вид реструктуризації для кожної межі відповідного показника. Оцінювання одиничних показників експертним методом повинно базуватися на результатах виробничо-господарської, конкурентної, фінансової діяльності підприємств.

Дотримуючись раніше визначених показників (модель життєздатності В. П. Мартиненка (Кр.ж); інтегральна оцінка реструктуризаційного потенціалу

підприємств молочної промисловості (RP); темпу приросту частки ринку підприємств молочної промисловості (Т)), а також меж та їх критеріїв пропонуємо наступний вибір виду реструктуризації підприємств молочної промисловості стосовно до обраної стратегії реструктуризації (рис. 1).

Інтегральний показник реструктуризаційного потенціалу (низький $0,79 < RP \leq 0,93$)				
Показник	Т – низький (< 5]	Т – середній ($5; 5$]	Т – достатній ($5; 10$)	Т – високий (> 10)
Кр.ж. – дуже низький (0;1]	Правова	Правова	Превентивна	Превентивна
Кр.ж. – низький (1;2]	Правова	Правова	Організаційна	Організаційна
Кр.ж. – середнє (1;2] (2;3]	Правова	Превентивна	Організаційна	Інвестиційна
Кр.ж. – високий	Превентивна	Фінансова	Фінансова	Інвестиційна
Інтегральний показник реструктуризаційного потенціалу (середній $1,28 < RP \leq 0,79$)				
Показник	Т – низький (< 5]	Т – середній ($5; 5$]	Т – достатній ($5; 10$)	Т – високий (> 10)
Кр.ж. – дуже низький (0;1]	Правова	Правова	Превентивна	Превентивна
Кр.ж. – низький (1;2]	Правова	Правова	Управлінська	Управлінська
Кр.ж. – середнє (1;2] (2;3]	Превентивна	Організаційна	Інвестиційна	Інвестиційна
Кр.ж. – високий	Організаційна	Фінансова	Фінансова	Виробнича
Інтегральний показник реструктуризаційного потенціалу (достатній $1,39 < RP \leq 1,28$)				
Показник	Т – низький (< 5]	Т – середній ($5; 5$]	Т – достатній ($5; 10$)	Т – високий (> 10)
Кр.ж. – дуже низький (0;1]	Правова	Правова	Превентивна	Превентивна
Кр.ж. – низький (1;2]	Правова	Превентивна	Управлінська	Управлінська
Кр.ж. – середнє (1;2] (2;3]	Превентивна	Організаційна	Інвестиційна	Інвестиційна
Кр.ж. – високий	Фінансова	Фінансова	Виробнича	Виробнича
Інтегральний показник реструктуризаційного потенціалу високий $RP > 1,39$				
Показник	Т – низький (< 5]	Т – середній ($5; 5$]	Т – достатній ($5; 10$)	Т – високий (> 10)
Кр.ж. – дуже низький (0;1]	Правова	Правова	Превентивна	Превентивна
Кр.ж. – низький (1;2]	Превентивна	Організаційна	Організаційна	Управлінська
Кр.ж. – середнє (1;2] (2;3]	Фінансова	Управлінська	інвестиційна	Виробнича
Кр.ж. – високий	Фінансов	Інвестиційна	Виробнича	Виробнича

Рис. 1. Матриця вибору виду реструктуризації підприємств молочної промисловості

Запроваджуючи стратегію реструктуризації розвитку підприємство має за мету підвищення ефективності його функціонування та нарощування конкурентних переваг. Стратегія реструктуризаційного розвитку застосовується винятково успішними та фінансово-стійкими підприємствами, які орієнтовані на потенційні зміни, мають сприятливе зовнішнє середовище. Застосування адаптаційної стратегії реструктуризації підприємство має за мету своєчасне пристосування до змін зовнішнього середовища та недопущення кризової ситуації. Отже, запровадження адаптаційної стратегії реструктуризації обумовлено несприятливими умовами, що викликають необхідність впровадження термінових змін. Слід зазначити, що ці впровадження повинні застосовувати підприємства які мають задовільний фінансовий стан, орієнтовані на запобігання виникнення кризових ситуацій та підвищення фінансової стійкості. Впроваджуючи антикризову стратегію

реструктуризації підприємство має за мету недопущення банкрутства та вихід з кризової ситуації. Застосування антикризової стратегії реструктуризації обумовлено несприятливими умовами, що викликають необхідність впровадження термінових змін. Дані впровадження повинні застосовувати підприємства які мають незадовільний фінансовий стан, орієнтовані на вихід з кризових ситуацій та підвищення фінансової стійкості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Терещенко, О. О. Управління фінансовою санацією підприємств : Підручник / О. О.Терещенко. – Вид. 2-ге, без змін. – К. : КНЕУ, 2009. – 552 с.
2. Аистова, М. Д. Реструктуризация предприятий : вопросы управления. Стратегия, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М. Д. Аистова. – М. : Альпина Пабlishер, 2002. –287с.
3. Коваленко, Д. І. Методологічний підхід до розроблення алгоритму реструктуризації промислових підприємств України / Д.І. Коваленко // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 2006. – № 2. – С. 27-30.

ОСНОВНІ ВИРОБНИЧІ ФУНКЦІ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

С.М. Еш, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Проблема антикризового управління відноситься до числа мало досліджених у вітчизняній економічній та управлінській науці. Це пояснюється тим, що тривалий час в українській науковій думці криза, як явище, не досліджувалась. Крім того, підприємства фактично були підрозділами єдиної господарської одиниці – економіки країни в цілому, що не давало можливості самостійно здійснювати свою діяльність на засадах відповідальності, самокупності, вільної підприємницької діяльності.

Перша хвиля досліджень з антикризового управління, яка почалася в середині 90-х років минулого століття, обмежувала це поняття, зводячи його фактично до проблем банкрутства підприємств, боротьби із уже існуючою кризою та відповідно його діагностики, прогнозування, оздоровлення, санації та реорганізації з метою відтворення докризового стану підприємства.

Виникнувши як стратегічна функція в системі менеджменту, антикризове управління постійно набуває подальшого розвитку та вдосконалення і нині є дієвим засобом аналізу, прогнозування та управління різноманітними кризами, спричиненими невизначеними, незвичайними та несподівано виникаючими подіями. Теоретичний підхід та методологічний розвиток антикризового управління доповнено та збагачено його взаємозв'язками із науковими та соціальними технологіями, такими як маркетинг, фінансовий менеджмент, ризик-менеджмент, інноваційний та інвестиційний менеджмент, охорона здоров'я та страхування, зв'язки з громадськістю (PR), які роблять практичну придатність основною відмінною рисою антикризового управління. Тому нині і в майбутньому антикризове управління є і буде однією з центральних стратегій і тактик поведінки господарюючих суб'єктів.

Характеризуючи антикризове управління як специфічний тип управління, основними ознаками його є гнучкість та адаптивність; схильність до посилення неформального управління; посилення інтеграційних процесів, що дозволяє концентрувати зусилля і більш ефективно використовувати потенціал компанії;

розробка планів дії на випадок кризи; зниження централізму для забезпечення своєчасного ситуаційного реагування на проблеми, що виникли та інші [1]. Крім визначених ознак, антикризове управління досліджується і як комплексне поняття: є складовою загальної системи менеджменту підприємства, використовує її найкращі прийоми, засоби та інструменти; є системою знань, самостійним видом професійної діяльності, спрямованою на запобігання кризових явищ та подолання їх у діяльності підприємства.

Враховуючи велику різноманітність напрямів дослідження антикризового управління, на думку автора, важливим є вивчення та аналіз антикризового управління як системи, основними складовими якої можуть бути такі види антикризового управління як: за функціями управління, за напрямками дії, за рівнями управління, за структурою кризи, за стратегіями, за виробничими функціями [2]. У визначеній сукупності немаловажну роль займає система антикризового управління за основними виробничими функціями (сферами діяльності) підприємства. Основна виробнича функція будь-якого підприємства пов'язана з фінансовою діяльністю так як забезпечує платоспроможність на основі ефективного контролю та управління фінансовими потоками.

Фінанси, як сфера діяльності підприємства, визначають важелі підвищення стійкості, оцінку та управління процесом створення вартості підприємства, його внутрішній економічний механізм. Немаловажну роль в системі антикризового управління займають інформаційні потоки, які включають створення та налагодження інформаційних мереж і комунікацій в системі підприємства, що формує його внутрішнє та зовнішнє середовище, забезпечує впровадження новітніх інформаційних технологій. Наряду з інформаційними потоками формується інноваційна політика підприємства, в якій важливим аспектом є використання програм венчурного інвестування. Така сфера діяльності в системі антикризового управління як зв'язки з громадськістю та персоналом всередині підприємства (PR) та державними службами (GR) включає розробку та впровадження на базі концепції соціальної відповідальності та орієнтації на клієнта компанії відповідної внутрішньофірмової культури, налагодження зв'язків із зацікавленими сторонами та контактними аудиторіями, що мають вплив на діяльність господарюючого суб'єкта та його сприйняття цільовими аудиторіями.

Розробку та впровадження інвестиційної стратегії, інвестиційних проектів, використання державної антикризової інвестиційної стратегії передбачає така складова системи антикризового управління як інвестиції. Маркетингова політика на стадії санації, налагодження системи маркетингових досліджень, бізнес-планування, раціоналізація системи збуту, асортиментної та цінової політики, логістики – все це включає така виробнича функція як маркетинг. Генеральною стратегією системи антикризового управління підприємством є виробництво, в процесі якого визначаються організаційні важелі оздоровлення підприємства, технічна політика, виробничі антикризові стратегії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антикризове управління підприємством в умовах перехідної економіки / К.М. Залогіна // Журнал Економіка України. – 2013. – № 8. – С. 38 – 42.
2. Еш С.М. Система антикризового управління та методологічні підходи до її формування / С.М. Еш // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 1(59). – С. 103 – 107.

ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ У КОНТЕКСТІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна ситуація, що склалася в Україні загострює питання ефективного розвитку вітчизняних підприємств, діяльність яких відбувається в умовах підвищеної невизначеності та супроводжується можливістю виникнення ризиків. Оцінювання ризиків – це необхідна умова управлінської діяльності щодо застосування різноманітних підходів, заходів, які дозволяють певною мірою прогнозувати імовірність настання ризикованих подій і прагнути зниження ступеня ризику до припустимих меж.

Необхідно визначити основні принципи процесу управління ризиками [1, с. 318]:

1. Принцип максимізації, який передбачає прагнення до найширшого аналізу можливих причин і чинників виникнення ризику, тобто цей принцип наголошує на необхідності зведення рівня невизначеності до мінімуму.

2. Принцип мінімізації означає, що управлінці намагаються звести до мінімуму, по-перше, спектр можливих ризиків, а, по-друге, мінімізувати ступінь впливу ризику на свою діяльність.

3. Принцип адекватності реакції зводиться до того, що необхідно адекватно і швидко реагувати на зміни, які можуть призвести до виникнення ризику.

4. Принцип прийняття – управлінці (підприємці) можуть прийняти на себе тільки обґрунтований ризик.

У процесі оцінювання фінансових ризиків фахівці повинні робити прогноз виникнення ряду проблем і загрозливих для бізнесу ситуацій. Під прогнозом слід розуміти науково-обґрунтоване судження про можливі стани (сценарії) об'єкта управління в майбутньому та альтернативні напрями уникнення ризиків. Черкасов В.В. визначає послідовність кроків щодо оцінки ризиків у процесі управління [2]:

Крок 1. Інформаційно-аналітичний – дає можливість оцінити виникнення всієї сукупності ризиків незалежно від того, чи зможе апарат управління впливати на них у випадку їх реалізації.

Крок 2. Ідентифікація, за якої встановлюються можливі параметри всіх можливих ризиків з урахуванням управлінської діяльності і напрямів діяльності фірми.

Крок 3. Комплексний аналіз ризику (якісний і кількісний) з розрахунком ступеня можливого впливу ризику на функціонування об'єкта управління. Вирішується питання про доцільність займатись певним напрямом діяльності за наявності інформації про вже ідентифіковані ризики. На цьому кроці ще можливо уникнути ризику, якщо він не задовольняє умови стратегії підприємства, але водночас з'являється ризик невикористаних можливостей.

Крок 4. Зниження ступеня ризику – планування дій. Ведеться пошук шляхів своєчасного та якісного захисту від недопустимого ризику і розробка конкретного механізму їх реалізації. Планування дій як для профілактики, так і на випадок реалізації ризику.

Крок 5. Контроль можливої чи наявної ситуації. Виконавши все викладене, необхідно контролювати обставини, щоб на певній стадії адекватно відреагувати на зміни.

Крок 6. Реалізація програми дій у разі виникнення ризику. Відбувається реалізація плану дій.

Крок 7. Аналіз, висновки і пропозиції на перспективу. Негативні і позитивні наслідки управлінських рішень формують досвід, який необхідно використовувати в подальшій діяльності.

У процесі ідентифікації ризиків та забезпечення належного рівня фінансової безпеки підприємства особливого значення набуває аналіз факторів прямого та опосередкованого впливу на імовірність виникнення ризиків. Прийняття обґрунтованого рішення про допустимий рівень ризику в процесі діяльності підприємств – найбільш складний процес. Допустимий рівень ризику слід визначати виходячи із можливого розміру збитків (або недоотримання прибутку), пов'язаних з цим видом ризику.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вітлінський, В. В. Ризикологія в економіці та підприємництві [Текст] / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
2. Черкасов, В. В. Проблемы риска в управленческой деятельности : Монография / В. В. Черкасоа – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 1999. – 288 с.

ПІДХОДИ ДО ФІНАНСУВАННЯ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Н. В. Корж, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
*Вінницький торговельно-економічний інститут
 Київського національного торговельно-економічного університету*

В умовах загострення дефіциту фінансових коштів підприємств, погіршення фінансової дисципліни, здорожчання зовнішніх джерел фінансування виникає проблема забезпечення фінансування діяльності підприємств.

Огляд наукової літератури дозволяє зробити висновок про те, що підприємства можуть застосовувати три різних підходи до фінансування різних груп активів за рахунок капіталу, а саме – консервативний, агресивний, компромісний підхід [1].

Активи підприємства	Консервативний підхід	Агресивний підхід	Компромісний підхід
Необоротні активи		ВК + ДЗК	ВК + ДЗК
Постійна частина оборотних активів	ВК + ДЗК		
Змінна частина оборотних активів	КЗК	КЗК	КЗК

Рис. Підходи до фінансування різних груп активів

Умовні позначення:

ВК – власний капітал;

ДЗК – довгостроковий залучений капітал;
КЗК – короткостроковий залучений капітал [2].

Характеристики кожного підходу наведено нижче.

1. Консервативний підхід передбачає можливість використання власного капіталу та довгострокових зобов'язань для формування необоротних активів, постійної частини оборотних активів та частини змінних оборотних активів.

2. Агресивний підхід для фінансування необоротних активів та частини постійних оборотних активів використовує власний капітал та довгострокові зобов'язання. При цьому змінна частина та залишок постійних оборотних активів формуються за рахунок короткострокового позикового капіталу.

3. Компромісний підхід побудований на фінансуванні необоротних активів та постійної частини оборотних активів за рахунок власного капіталу та довгострокових зобов'язань. Натомість змінна частина оборотних активів в цьому разі фінансується за рахунок короткострокових зобов'язань.

Вибір одного із зазначених підходів до фінансування різних груп активів залежить від об'єктивних та суб'єктивних причин. Одним із вагомих чинників в цьому разі виступає ставлення до фінансових ризиків менеджерів та власників підприємства.

Крім того, при виборі джерела фінансування виникає проблема узгодження інтересів власників та цілей менеджменту, оскільки часто цілі їх не співпадають. Власники зацікавлені у зростанні вартості власного капіталу, натомість менеджери – у забезпеченні фінансової стійкості і поточної платоспроможності підприємства.

Література:

1. М. О. Власенко. Фінансова гнучкість підприємства як визначальний фактор диверсифікації джерел фінансування інвестицій//Вісник Дніпропетровського університету. – 2011. – №10/1 (Т.19). – С.78-84.

2. Курінна О.В. Теоретичні аспекти оптимізації структури капіталу підприємства // Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «ЕКОНОМІКА». – 2012. – 12, С.94-100.

РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ ЯК РЕГУЛЯТОРА МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В ПЕРІОД КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Г.І. Лановська, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Банківська система України відіграє ключову роль в економічному розвитку держави, оскільки безпосередньо впливає на перебіг усіх господарських процесів. Від її ефективного функціонування залежать розподіл валового внутрішнього продукту і національного доходу, регулювання грошового обігу, кредитування суб'єктів господарювання і домашніх господарств, фінансування масштабних національних проектів та реалізація інших важливих економічних і соціальних функцій держави.

Досвід розвинутих країн переконує, що достатньо незалежний центральний банк може і повинен відігравати провідну роль у формуванні міцної і стабільної банківської та фінансової систем. Центральним банкам належить ключова роль у фінансовій та економічній політиці різних країн світу. Такою ж мірою це стосується й України. Тому вибір моделі побудови, ролі та місця Національного банку також

має відбуватися з урахуванням світового досвіду. Тут особливу роль відіграє раціональне співвідношення економічних реформ, стратегії і тактики розвитку економіки та наявність приватних інтересів, що при цьому враховуються.

Саме від вибору ступеня самостійності НБУ та можливостей його впливу на розвиток економічних процесів значно залежить соціально-економічне становище держави, її економічний і політичний суверенітет. Сучасні проблеми функціонування банківської системи негативно позначаються на можливостях розвитку національної економіки та реалізації стратегічних завдань щодо курсу України на євроінтеграцію. За роки незалежності Україна зіткнулася з низкою кризових ситуацій, які спричинили пряму або непряму дію на банківську систему. Нами було проведено оцінку ефективності дій НБУ під час економічних, фінансових та політичних криз (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка ефективності заходів НБУ під час економічних, фінансових та політичних криз

Рік	Подія	Вплив на економіку і банківську систему	Заходи НБУ	Оцінка ефективності заходів НБУ
1	2	3	4	5
1998	Дефолт в Росії	Девальвація гривні на 80%. Падіння ВВП на 1,7%. Зростання інфляції на 20%. Відплив капіталу нерезидентів. Скорочення внесків фізичних осіб. Зростання дефіциту бюджету до 2,2% від ВВП. Зниження ліквідності банківської системи.	Проведення інтервенцій на валютному ринку (резерви НБУ знизились на 70% - до 700 млн. дол.) . Встановлення нового валютного коридору – 2,5-3,35 UAN/USD/	Вдалося істотно пом'якшити наслідки кризи (девальвація гривні – 80%; рубля – 246%). Жоден український банк не збанкрутів. Збережена довіра до банківської системи.
2001	Банкрутство системного банку «Україна»	Банкрутство одного з найбільших банків послабило довіру населення до банківської системи	В основному заходи направлені на виплату депозитів вкладникам банку «Україна». Посилення нагляду за банками.	НБУ не вдалося запобігти банкрутству, оскільки він втрутився в діяльність даної банківської установи лише на останній стадії кризи. Не вдалося НБУ також погасити заборгованість банку «Україна» перед більшою частиною вкладників і кредиторів.
2004	«Помаранчева революція»	Політична криза і невизначеність можливого розвитку подій спровокували відплив капіталу з економіки, а також призвели до вилучення депозитів з банківської системи.	Жорсткі заходи адміністративного характеру. Мораторій на дострокове зняття внесків, продовження термінів проходження платежів, «фручний» відбір заявок на купівлю валюти. Масова видача стабілізаційних кредитів.	За час революції жоден банк не збанкрутів. Банківська система зберегла свою працездатність. Після завершення революції були зняті всі обмеження.

1	2	3	4	5
2007-	Іпотечна	Фактично закритий	Пріоритет НБУ –	Падіння ліквідності

2008	криза в США. Криза ліквідності банківської системи України.	доступ на зовнішні ринки запозичень Падіння ліквідності банківської системи. Зростання ставок за кредитами та скорочення обсягів їх видачі. Зростання ставок за міжбанківськими кредитами overnight до 30% річних (квітень 2008 року)	боротьба з інфляцією. Політика «дорогих» грошей. Підвищення облікової ставки НБУ. Зменшення обсягів рефінансування банків. Скорочення грошової бази. Ревальвация курсу гривні. Облікова ставка НБУ складає у 2008 році – 12%.	банківської системи та реальна загроза кризи неплатежів в економіці країни. Дефіцит кредитних ресурсів скорочує інвестиційну активність підприємств і знижує темпи зростання ВВП. Потенційна загроза банкрутства банків з низьким рівнем капіталізації.
2008-2012	Загроза кризи споживчого кредитування	Зниження якості кредитних портфелів банківських установ. Розповсюдження практики видачі бланкових кредитів фізичним особам. Витіснення інвестиційних кредитів. Підсумок – масові неплатежі по кредитах призводять до системності банківської кризи.	Ряд нормативних рішень, направлених на збалансування банківських активів та пасивів за строками. Посилення нормативів з формування резервів під споживчі кредити. Зниження облікової ставки НБУ з 10,3 у 2009 до 7,75% у березні 2012 року. Рефінансування банків на загальну суму близько 100 млрд. грн.	НБУ швидко зреагував на зростання проблемної заборгованості банків за споживчими кредитами, а також досить високі темпи зростання обсягів кредитування фізичних осіб, що призвело до скорочення числа виданих кредитів. Негативним наслідком є банкрутство ряду банків та поглинання українських банків іноземними інвесторами.
2014 - сьогодні	Анексія Криму; Антитерористична операція на сході України	Девальвация гривні на 225%. Падіння ВВП на 6,5%. Зростання інфляції приблизно на 24,9%. Зростання дефіциту бюджету. Відплив капіталу нерезидентів, зростання ставок за кредитами. Зростання облікової ставки НБУ(у 2013 році вона складала 6,5% з 06.02.2015 році – 19,5%). Зростання ставок на міжбанківські кредити.	Запроваджено механізми підвищення ліквідності банків. Пом'якшено вимоги до формування обов'язкових резервів банками. 100% продаж іноземної валюти на міжбанківському ринку. Регулярні тендери рефінансування банків та націоналізації банківських установ.	Признано банкрутами і ліквідовано 16 банківських установ. Перебувають в стадії ліквідації 34 банківські установи. Планується: Поступове зниження інфляції до 2018 року. Приріст монетарної бази у 2015 році на 20%. Стабілізація грошової одиниці в майбутньому.

Економічні, соціальні та політичні виклики, яких зазнає Україна у 2014 році, зумовлюють значні ризики та невизначеності стосовно подальшого розвитку економіки та фінансових ринків. Заходи з відновлення макроекономічної та фінансової стабільності в державі, а також продовження проведення економічних і

соціальних реформ в короткостроковому періоді можуть зумовлювати збереження підвищеного інфляційного тиску.

Несвоєчасні дії Національного банку України на валютному ринку, з одного боку, не дали змоги суттєво обмежити темпи девальвації, з іншого – призвели до скорочення міжнародних резервів на протязі 2014 року на 51,2% або на 10,4 млрд. дол. США. Станом на 1 грудня 2014 року вони становили 10,0 млрд. дол. США. Загострення макроекономічних та політичних ризиків на фоні несистемних дій регулятора призвело до виникнення кризи довіри до банківської системи та національної валюти. Загальний обсяг депозитів у національній валюті протягом 2014 року зменшився на 14,1% – до 362,9 млрд. грн., в т.ч. залишки на депозитних рахунках фізичних осіб – на 20,2% і становлять 202,5 млрд. гривень. Обсяг депозитів в іноземній валюті зменшився на 29,6% – до 21,7 млрд. дол. США (у доларовому еквіваленті), у тому числі фізичних осіб – на 38,0% до 14,2 млрд. дол. США.

На наш погляд, в системі антикризових заходів уряду і НБУ важливим є забезпечення довіри серед суб'єктів господарювання та населення (і в жодному разі недопущення паніки) щодо можливості окремими банками не виконувати свої фінансові зобов'язання. Аналізуючи сучасну ситуацію в банківській системі України та антикризові заходи Національного банку, ми спостерігаємо ситуацію, коли дії НБУ не лише не збільшують довіру до банківської системи, але й посилюють паніку серед населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>.

ФІНАНСОВЕ ОЗДОРОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У НЕСТІЙКОМУ РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В.П. Мартиненко, д-р екон. наук, професор
Національний університет харчових технологій

Економіка більшості галузей промисловості продовжує залишатися витратною і неефективною, що визначає їх неконкурентоспроможність. Недостатня увага зі сторони держави галузевому регулюванню в умовах розвитку ринкових відносин призвела до появи нової проблеми – посилення імпортозалежності, згортання вітчизняного виробництва на фоні існуючого низького рівня його ефективності. Це призводить в кінцевому результаті до втрати економічної безпеки як промислових підприємств, так і держави по цілому ряду товарів та продуктів, що виробляються стратегічно важливими галузями народного господарства, а також втрат конкурентних позицій України у світовому господарстві.

Глобалізація бізнесу, швидкі зміни споживчого попиту, скорочення життєвого циклу товарів, постійний ріст вимог робітників до умов праці і якості життя змушують підприємство створювати таку систему управління, яка б підтримувала рівновагу між зовнішнім середовищем, характером та результатами діяльності суб'єкта господарювання, сприяла суттєвому підвищенню його платоспроможності та фінансової стійкості.

В сучасних умовах розвитку економіки стан більшості промислових підприємств такий, що першочерговими цілями для них є «латання дірок» і

недопущення введення процедури банкрутства. Подібний метод управління не дозволяє досягнути стійкого стану організації навіть в короткостроковій перспективі. В даному випадку підприємство повинне провести досудову санацію, яка дозволить погасити всі борги і вийти на належний рівень фінансової стійкості. Доречно відмітити, що оздоровлення суб'єкта господарювання є складною процедурою, що вимагає належної організації, узгодженості всіх структурних підрозділів, а також демонстрації високої фаховості провідними спеціалістами. Адже основними задачами плану фінансового оздоровлення суб'єкта господарювання є: поглиблений аналіз причин фінансового стану підприємства; розмежування відповідальності власників та вищого менеджменту суб'єкта господарювання; захист прав власників та кредиторів; забезпечення виконання обов'язків перед кредиторами; створення ефективного механізму управління підприємством.

Важливим розділом плану фінансового оздоровлення є маркетингова стратегія підприємства, яка повинна містити аналіз ринків, на яких працює суб'єкт господарювання, а також розробку політики постачання та збуту.

Особливе значення має також такий розділ плану фінансового оздоровлення як план вдосконалення системи управління підприємством, оскільки саме помилки в управлінні призводять до кризового стану суб'єкта господарювання.

Даний розділ повинний містити змістовний аналіз системи управління підприємством і показувати основні її недоліки, що призвели до тяжкого фінансового стану. Доречно відмітити, що за розробку всіх інших розділів плану фінансового оздоровлення на практиці відповідає відповідна служба підприємства. Розробка ж плану вдосконалення системи управління лягає повністю на вище керівництво підприємства. При цьому такий план повинний передбачити вдосконалення системи управління всіма складовими виробничого процесу: основними фондами; матеріальними, фінансовими, людськими ресурсами.

Планом вдосконалення системи управління підприємством повинна бути передбачена інвентаризація та експертиза технічного стану основних виробничих фондів і технологічного оснащення, яке дасть основу для розробки заходів по їх своєчасному ремонту та модернізації. Крім того, план заходів щодо вдосконалення системи управління обов'язково повинний включати розробку кредитної політики і її впровадження в практичну діяльність, що дозволить значно покращити фінансовий стан підприємств-боржників.

Варто зазначити, що цей розділ плану фінансового оздоровлення суб'єкта господарювання є найбільш індивідуальним і залежить, в першу чергу, від загальної ерудиції, професійної освіти та стилю управління керівника підприємством.

Завершальним і вирішальним етапом в процесі розробки плану фінансового оздоровлення є зведений фінансовий план. Адже саме на його основі робиться висновок про можливість промислового підприємства в найближчий час відновити свою платоспроможність. В межах розробки плану фінансового оздоровлення, пропонується наступний алгоритм складення зведеного фінансового плану:

1. Визначається питома вага заробітної плати основних робітників по кожному виду продукції.
2. Розподіляються загальновиробничі та загальногосподарські витрати між видами продукції.
3. Складається загальний кошторис витрат на виробництво.
4. Розраховується прибуток, що планується.
5. Складається план руху грошових коштів підприємства.

6. Розробляються графіки погашення заборгованості перед основними кредиторами.

7. Складаються прогностні баланси на найближчі роки і на їх основі розраховуються коефіцієнти фінансового стану підприємства на період, що планується.

Таким чином, автором запропоноване власне бачення методики розробки плану фінансового оздоровлення промислових підприємств, яка може бути досить успішно використана практичними працівниками, а також застосована при проведенні наукових досліджень з питань запобігання банкрутства. Представлений план фінансового оздоровлення допоможе керівництву підприємства, що перебуває у стані кризи, впевнити кредиторів та контролюючі органи у можливості досягнення в найближчій перспективі стійкого фінансового стану.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФІНАНСОВІ МЕТОДИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

І.П.Ситник, канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Конкурентоспроможність як економічна категорія відображає економічні відносини з погляду створення та реалізації комплексу конкурентних переваг. Її об'єктивність виявляється в незалежності складових, що формуються відповідно до дії економічних законів і не можуть бути об'єктом суб'єктивного впливу. Поняття "конкурентоспроможність підприємства" – важлива характеристика потенціалу економічної діяльності підприємства у ринковому середовищі, репрезентація можливостей його економічних ресурсів на ринках капіталу та інвестицій. Як комплексне, багатомірне поняття його найоб'єктивніше характеризувати з позицій короткострокової (ліквідність, платоспроможність) та довгострокової (структура капіталу, ступінь залежності від кредитних та інвестиційних джерел) перспектив.

Конкурентоспроможність як характеристика конкурентного положення господарюючого суб'єкта має реальні порівняльні ознаки прояву, оцінка яких формується на основі суб'єктивних уявлень щодо його конкурентних можливостей на конкретному ринку у визначений час. Конкурентоспроможність підприємства – це узагальнююча оцінка його конкурентних переваг щодо формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарської системи. Інакше кажучи, конкурентоспроможність підприємства - це здатність ефективно використовувати ресурси підприємства, тим самим, забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції. Конкурентоспроможність, слід розглядати як рівень компетентності підприємства відносно інших суб'єктів господарювання за різними параметрами.

На формування ринкової позиції конкурентів впливають особливості товарної та цінової політики, організація збуту, заходи стимулювання реалізації продукції, фінансовий стан підприємства. В першу чергу конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності фінансових ресурсів та ефективності їх використання (управління). Це підтверджується тим, що лише за наявності необхідного розміру власних фінансових ресурсів, доступності залучених резервів та ведення прибуткової діяльності можливе впровадження нових технологій, введення

товарів-замінників, розширення асортименту продукції, застосування заохочувальних систем знижок для постійних партнерів та ін.

Складність проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства полягає в тому, що воно є відкритою реактивною системою, яка здійснює активний обмін інформацією із зовнішнім середовищем: генерує і поставляє власну інформацію як у внутрішнє, так і зовнішнє середовище, а також сприймає та реагує на зовнішню інформацію. Інакше кажучи, в моделі підприємства як відкритої системи функціонують два типи інформаційних потоків - внутрішній і зовнішній, які у сукупності визначають міру її організованості.

Аналіз існуючих у сучасній літературі теоретичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх класифікації на дві основні групи: аналітичні і графічні. За статусом методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є науковими, вони мають рекомендаційний характер і не є обов'язковими для їх застосування. Державних методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств в Україні донині не існує і це, як справедливо зазначають окремі фахівці, є однією з причин низького рівня управління конкурентоспроможністю. З нашої точки зору, оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна ґрунтуватися на комплексному аналізі основних аспектів його діяльності, а тому система оцінки конкурентоспроможності підприємства повинна базуватися на наступних групах показників: показники оцінки конкурентоспроможності продукції, показники оцінки конкурентоспроможності виробництва, показники оцінки конкурентоспроможності збуту та показники оцінки конкурентоспроможності фінансово-інвестиційної діяльності. При цьому, в межах кожної з окреслених груп показники мають поділятися на фактичні та перспективні.

Фінансові методи в умовах господарювання підприємства для підвищення його конкурентоспроможності мають передбачати використання ряду заходів: оптимізація руху фінансових ресурсів підприємства і врегулювання фінансових відносин, які виникають під час розрахункових відносин між господарюючим суб'єктам з метою ефективного їхнього розподілу; розробка стійкої фінансової стратегії підприємства; розробка проектів перспективних і поточних фінансових планів, прогнозних балансів та бюджетних коштів; розрахунок прогнозних значень реалізації продукції (планів продажів) і планів капіталовкладень, собівартості продукції тощо; визначення джерел фінансування господарської діяльності, а також бюджетне фінансування, довго- та короткострокове кредитування тощо; координація фінансової роботи в межах підприємства.

Отже, фінансова конкурентоспроможність підприємства дасть можливість виживати підприємству в умовах постійної конкурентної боротьби завдяки наявності значного внутрішнього фінансового потенціалу підприємства, достатності фінансових ресурсів, доступності позикових ресурсів, спроможності забезпечення високорентабельної діяльності та розширеного відтворення в умовах ринкової трансформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дмитриева Д.В. Финансовые методы повышения конкурентоспособности компаний // Труд и социальные отношения, 2009. № 7. – С. 138-141.
2. Хомяков В.І. Управління потенціалом підприємства [Текст] : навч. посібник / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. - К. : Кондор, 2009. - 400 с.
3. Чернега О. Б. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств (організацій) [Текст] : навчальний посібник / О. Б. Чернега. - Львів : Магнолія 2006, 2011. - 261 с.

ЗАГРОЗИ ВТРАТИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Г.В. Сілакова, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Забезпечення сталого розвитку економіки підприємства, стабільності результатів його діяльності, досягнення цілей, що відповідають інтересам власників і суспільства в цілому, неможливі без розробки і проведення самостійної стратегії підприємства, яка в сучасній економіці визначається наявністю надійної системи його фінансової безпеки. Ефективність діяльності підприємств в ринковій економіці обумовлюється багато в чому станом його фінансів, що і призводить до необхідності розгляду проблем забезпечення фінансової безпеки підприємства.

Навіть при високій прибутковості бізнесу недостатня увага до проблем фінансової безпеки підприємства може призвести до того, що підприємство стане об'єктом ворожого поглинання з іншого боку, зростання темпів бізнесу викликає більш високу залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування і, можливо, втрату самостійності в прийнятті управлінських рішень.

Основною умовою забезпечення сприятливого та безпечного фінансового стану підприємства є його здатність протистояти загрозам. Рівень фінансової безпеки підприємства буде залежати від того, наскільки ефективно його керівництво і менеджери здатні завчасно виявити можливі загрози і уникнути їх, нейтралізувати їх шкідливий вплив.

Бланк І.О. найважливішою вихідною передумовою формування системи фінансової безпеки підприємства вважає ідентифікацію загроз реалізації фінансовим інтересам підприємства. На його думку, «від того, наскільки точно і повно ідентифіковано склад загроз фінансовим інтересам, оцінено рівень інтенсивності їх прояву та можливого збитку, залежить ефективність побудови всієї системи фінансової безпеки підприємства» [1, с. 49].

На його думку [1, с. 53], загроза фінансовим інтересам являє собою форму вираження їх суперечностей з фінансової середовищем функціонування підприємства, яка відображатиме реальну або потенційну можливість прояву деструктивного впливу різних факторів і умов на їх реалізацію в процесі фінансового розвитку і призводить до прямого або непрямого економічного збитку.

Загрози характеризуються різноманіттям видів і з метою їх повної ідентифікації при побудові системи фінансової безпеки підприємства необхідна певна класифікація. У літературі представлені різні ознаки класифікації видів загроз. Найпоширенішою класифікацією загроз фінансової безпеки підприємства, наведеною у багатьох наукових працях, є їх класифікація за джерелами виникнення на внутрішні і зовнішні.

Так, серед зовнішніх загроз втрати фінансової безпеки підприємства виділяють: скуповування акцій та боргів підприємств небажаними партнерами, наявність значних фінансових зобов'язань у підприємства, нерозвиненість ринків капіталу та їх інфраструктури, недостатній розвиток правової системи захисту прав інвесторів та виконання законодавства, криза грошової та фінансово-кредитної систем, нестабільність економіки, недосконалість механізмів формування економічної політики держави.

До внутрішніх загроз втрати фінансової безпеки підприємства відносять навмисні або випадкові помилки менеджменту у галузі управління фінансами підприємства, що пов'язані з вибором його стратегії, управлінням та оптимізацією активів і пасивів підприємства (розробка, впровадження та контроль управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, вибір інвестиційних проектів та джерел їх фінансування, оптимізація амортизаційної та податкової політики тощо).

Мірза-заде Х.К. зовнішні фактори, що впливають на фінансову безпеку підприємства, класифікує щодо масштабів фінансово-господарської діяльності та рівня ведення бізнесу [3].

Серед основних загроз фінансової безпеки підприємства Л.А. Запорожцева [2] виділяє: загрозу втрати ліквідності підприємства; загрозу втрати фінансової самостійності підприємства; загрозу зниження ефективності діяльності підприємства, втрати його прибутковості і здатності до самоокупності та розвитку; загрозу нестійкого розвитку підприємства в результаті недотримання «золотого економічного правила»; загрозу нарощування боргів по причині уповільнення інкасації дебіторської заборгованості; загрозу неплатоспроможності підприємства; загрозу зниження вартості підприємства.

При цьому слід пам'ятати, що стан захищеності носить динамічний характер, а внутрішні загрози підприємства не менш небезпечні, ніж ззовні.

Існуючі класифікації загроз дозволяють цілеспрямовано формувати систему заходів щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства. Таким чином, найважливішим завданням забезпечення фінансової безпеки підприємства є необхідність ідентифікації загроз її втрати. При вирішенні даного завдання, спираючись на специфіку діяльності підприємства, необхідно розглянути умови зовнішнього фінансового середовища і фактори внутрішнього фінансового середовища підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк, И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия : учеб. / И. А. Бланк. - [2-е изд., стер.]. - К.: Эльга, 2009. – 776 с.
2. Запорожцева, Л. А. Финансовая безопасность предприятия при переходе на МСФО / Л. А. Запорожцева // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 36. – С. 46-51.
3. Мирза-заде, Х. К. Мониторинг и оценка финансовой безопасности организации / Х. К. Мирза-заде // Экономика и управление. – 2009. – № 2. – С. 118-122.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

М. Тіху, здобувач

Національний університет харчових технологій

Загострення політичної, соціальної, економічної ситуації викликало пролеми у забезпеченні ефективного функціонування підприємств, у тому числі і підприємств харчової промисловості, різко зросла кількість підприємств-банкрутів, скорочуються робочі місця, падають обсяги реалізації продукції.

Кризовий стан у діяльності підприємств викликає впровадження особливих інструментів у процес управління, що забезпечують мінімізацію ризику банкрутства та покращення фінансового стану.

Сучасні економісти розглядають економічну кризу як об'єктивно необхідний процес, що дає поштовх для модернізації всієї фінансово-економічної діяльності підприємства. У період функціонування підприємства можуть відбутися різні відхилення, які призводять до небажаного розвитку, і поставити під загрозу існування підприємства [1, с. 362].

Вплив чинників зовнішнього середовища та проблеми узгодженості стану внутрішнього середовища з викликами зовнішнього середовища можуть стати причиною кризових явищ на підприємстві.

Е. М. Коротков проблеми антикризового управління об'єднує у чотири групи:

- 1) розпізнавання передкризових ситуацій;
- 2) пов'язані з ключовими сферами функціонування організації, передусім це методологічні проблеми її життєдіяльності;
- 3) прогнозування криз та варіанти поведінки соціально-економічної системи під час кризи, проблеми пошуку необхідної інформації та розробки управлінських рішень;
- 4) конфліктології та селекції персоналу, які завжди супроводжують кризові ситуації [2, с. 129-130].

Об'єднання проблем антикризового управління дає можливість забезпечити прийняття виважених управлінських рішень у конкретній площині управлінської діяльності.

Головними особливостями процесу антикризового управління є [3, с.122-123]:

- мобільність та динамічність у використанні ресурсів та проведенні змін;
- здійснення програмно-цільових підходів у технологіях розроблення та реалізації антикризових рішень;
- підвищена чутливість до чинника часу в процесах управління, здійснення своєчасних дій;
- використання антикризового критерію якості рішень під час їх розроблення та реалізації.

Таким чином в процесі антикризового управління менеджмент підприємства повинен при прийнятті рішень керуватись загальними положеннями, що визначають особливості процесу запобігання кризовим явищам, а у випадку розвитку кризи – мінімізувати її негативні наслідки.

Література:

1. Фучеджи В.І. Особливості антикризового управління підприємством./ В.І. Фучеджи // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2010. – № 38, С.361-367.
2. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 432 с.
3. Ткаченко А.М., Михайленко А.В. Антикризова складова управління промисловим підприємством. / А.М.Ткаченко, А.В.Михайленко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Випуск 4. – 2013.– с.119-125

ОПОДАТКУВАННЯ СТРАХУВАЛЬНИКІВ – ЮРИДИЧНИХ ОСІБ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах розвитку фінансового ринку України та зростання конкуренції необхідність забезпечення діяльності господарюючих суб'єктів від різного роду ризиків набуває великого значення. У зв'язку з цим все більше суб'єктів підприємницької діяльності стають страхувальниками. Платники податку-учасники страхового ринку стикаються з особливостями оподаткування страхових операцій. Саме тому актуальним є аналіз впливу страхових платежів і страхових виплат на визначення бази оподаткування юридичних осіб з позицій інструментів фіскального регулювання у контексті Податкового кодексу України [1].

Особливості оподаткування (за ставкою 3% з обороту) і відмінності між оподаткуванням страхових платежів та страхових відшкодувань страхувальників – юридичних осіб призводять до різних схем мінімізації податкових зобов'язань через страхові компанії [2]. Уникнення від оподаткування відбувається тому, що страховий платіж включається до складу витрат юридичної особи і зменшує прибуток.

За даними Державної податкової служби України, до прийняття Податкового кодексу в 2009 р. і в першому півріччі 2010 р. було викрито страхових схем на більш, ніж 2,3 млрд. грн. З прийняттям Податкового кодексу претендентів на подібні страхові схеми в країні не поменшало. По-перше, це неопублічні промислові компанії та холдинги, які в змозі побудувати схему перестрахування від України до офшорних страхових компаній. По-друге, це бізнес, який часто вимушений давати хабарі або виплачує заробітну плату «в конвертах» і потребує готівки [3]. По-третє, це так звані кептивні страхові компанії, які обслуговують підприємства, керівниками яких є родичі або особи, що знаходяться у близьких стосунках. Ця проблема залишатиметься не розв'язаною доти, доки не відбудеться переходу страховиків до загальної системи оподаткування прибутку.

Страхування і пов'язане з ним оподаткування мають як позитивний, так і негативний ефект для підприємств і для держави. Це пов'язано з тим, що підприємства зацікавлені у збереженні прибутку у власному розпорядженні. Державі, у свою чергу, доводиться розв'язувати одночасно багато завдань: з одного боку – створити сприятливі умови для страхового захисту фізичних та юридичних осіб, з іншого – забезпечити наповнення державного бюджету через податкові надходження.

З метою покращення рівня соціальних гарантій працівників з низьким рівнем доходу пропонуємо включити до складу витрат платника податку – юридичної особи витрат на страхування ризиків, пов'язаних з страховим захистом працівників з низьким рівнем доходу, для яких підприємство-юридична особа є основним місцем роботи. Результатом наведеної пропозиції може бути незначне зменшення податкових надходжень до бюджету з боку підприємства, але з'являться позитивні економічні ефекти для підприємства і працівників. У кінцевому рахунку, це створює економічні стимули як для працівників підприємства, так і для самого підприємства і держави, оскільки може звільнити державу від компенсацій у випадку настання страхового випадку за межами підприємства [4].

Для цього необхідно внести зміни у статтю 140.1.6. розділу 3 Кодексу, а саме розширити і доповнити наступним пунктом: для працівників з низьким рівнем доходу (в межах 1,4 прожиткового мінімуму або 1,4 мінімальної заробітної плати в країні на момент укладення такого страхового договору), що перебувають у трудових

відносинах з платником податку - юридичною особою та для якої це місце є основним місцем роботи, включити до складу витрат платника податку витрати на страхування життя, здоров'я або інших ризиків таких фізичних осіб, обов'язковість якого не передбачена законодавством з розрахунку не більше одного договору страхування в рік на одну фізичну особу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Шірінян Л. В. Диференційоване оподаткування страховиків як спосіб фінансового регулювання страхового ринку / Л. В. Шірінян // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – №1. – С. 30-36.
3. Сидорчук О. Податкові аспекти страхових схем оптимізації / О. Сидорчук // Україна фінансова: інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. – 2011. – № 7/8 – С.20-21.
4. Шірінян Л. В. Оподаткування страхувальників-юридичних осіб – у контексті новачий Податкового кодексу України / Л. В. Шірінян // Економіка розвитку. – 2013. – № 1 (65). – С. 67–72.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Е.О.Юрій, доцент кафедри фінансів

*Буковинський державний фінансово-економічний
університет*

Погіршення економічної ситуації в Україні, спровоковане дією політичних чинників, викликало ряд банкрутств. Процедура банкрутства може розглядатись як інструмент антикризового управління.

Саме поняття банкрутства притаманне сучасним ринковим відносинам. Воно характеризує неспроможність підприємства (організації) задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, робіт, послуг, а також забезпечити обов'язкові платежі в бюджет і позабюджетні фонди [1].

Інститут неспроможності об'єктивно виконує функцію інструмента структурної перебудови економіки, за допомогою якого здійснюється поліпшення якості підприємницького масиву, оздоровлюються канали циркуляції фінансових потоків та відбуваються прогресивні макроекономічні зрушення. Але в Україні ця функція реалізується не на всі 100% [2, С.57].

Навіть у економічно стабільних та ефективних економіках існує проблема банкрутства.

Банкрутство – це один із ключових елементів ринкової економіки й інститут розвинутої системи громадського та торговельного права. Це механізм, який дає можливість уникнути катастрофи та вигідно розпорядитися коштами [3, С.133].

Причини виникнення фінансової неспроможності та необхідності проведення процедури банкрутства можна представити двома групами: об'єктивними та суб'єктивними.

Розглядаючи об'єктивні причини банкрутства, варто зазначити, о вони не залежать від волі і дій людей – керівників та власників підприємств, на них не впливають підприємства, уряд країн. До таких причин банкрутства відносять: стихійні

лиха, природні явища, які негативно впливають на макро- або мікроекономічне середовище. Крім того до об'єктивних причин можна віднести наслідки політичних, фінансових та економічних криз та закономірності економічного розвитку країн, які пояснюються циклічністю.

Суб'єктивні причини банкрутства можна розглядати як результат дії керівників, власників, виконавців або наслідки управлінських впливів в результаті неефективних управлінських рішень та дій. Такі рішення можуть прийматись в наслідок недостатнього обсягу інформації, неправильного аналізу наданої інформації, некомпетентності керівника, неналежного виконання службових обов'язків. Крім того, обмеженість ресурсів для забезпечення реалізації прийнятого рішення може стати причиною банкрутства, наприклад, при реалізації проекту.

Розрізняють декілька типів банкрутства: реальне банкрутство, технічне банкрутство, навмисне банкрутство та фіктивне банкрутство. Ідентифікувати тип банкрутства можна лише за певними ознаками.

Для ефективності управління процедурою банкрутства використовують управлінські, фінансові, організаційні інструменти.

В літературі існує ряд методик, які дозволяють спрогнозувати банкрутство та своєчасно відреагувати, мінімізуючи наслідки банкрутства, у тому разі, коли покращити ситуацію не можливо, і запобігти банкрутству, якщо поглиблення кризи попередити. Це модель Альтмана, модель Ліса, модель Тафлера.

Використовуючи діагностику фінансового стану підприємства як інструмент передбачення банкрутства керівники можуть більш ефективно здійснювати управління підприємством та забезпечувати його фінансову стійкість.

ЛІТЕРАТУРА

1. Коваленко О.В. Банкрутство підприємств України: причини та наслідки. О.В. Коваленко, К.В.Скляренко. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_4_066.pdf
2. Джуль В. Соціальна детермінація формування і застосування законодавства про банкрутство / Джуль В. // Право України. – 2001. – №12.
3. Протопопова Н.А. Облік операцій з припинення діяльності підприємства та відновлення його платоспроможності / Н.А. Протопопова // Держава та регіони. – 2009. – №5.

СЕКЦІЯ 5.

МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
УКРАЇНИ

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

І.С. Біла, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Сучасні тенденції розвитку вітчизняної економіки переконливо доводять необхідність серйозного осмислення концептуальних проблем її генезису та знаходження оптимальної і ефективної взаємодії державного та підприємницького секторів. Відсутність сприятливих умов для достатнього розкриття потенціалу підприємництва в економічній практиці України актуалізує необхідність створення ефективної системи участі держави у забезпеченні його функціонування на новій, якісній основі, яка б цілком відповідала цілям економічного розвитку, враховувала національні особливості та стала б дієвим механізмом взаємодії держави і бізнесу у ринкових умовах.

Однією із форм взаємодії держави та підприємницького сектору є державно-приватне партнерство, під яким розуміють систему відносин між державним та приватним партнерами, при реалізації яких ресурси обох партнерів об'єднуються, з відповідним розподілом ризиків, відповідальності та винагород (відшкодувань) між ними, для взаємовигідної співпраці на довгостроковій основі у створенні (відновленні) нових та/або модернізації (реконструкції) діючих об'єктів, які потребують залучення інвестицій, та користуванні (експлуатації) такими об'єктами [1].

У вітчизняній господарській практиці державно-приватне партнерство перебуває на стадії формування, а численні проблеми його розвитку не дозволяють виявити його значний потенціал у врегулюванні відносин держави та господарюючих суб'єктів.

Серед основних проблем реалізації державно-приватного партнерства слід, на нашу думку, виділити наступні:

- корупційність надання преференцій суб'єктам господарювання, рейдерство та криміналізація владних структур як ознака взаємодії приватних та державних секторів;
- непрозорість механізму проведення державних закупівель, що характеризується обмеженням бюджетних асигнувань, нецільовим використанням державних коштів, неналагодженою системою контролю за виконанням зобов'язань, наявною репутацією держави як ненадійного і неплатоспроможного замовника;
- наявність значних ризиків та існування слабких недієвих механізмів їх диверсифікації для приватного інвестора в разі співробітництва із державою;
- відсутність достатньої культури, управлінських методик, навичок та практики взаємодії держави і бізнесу на паритетних основах, що послаблює отримання позитивного ефекту від такої форми співпраці;

- незацікавленість державного сектору в участі у спільних з приватних сектором проектах через обмеженість та нестачу державних фінансових і матеріальних ресурсів;
- мінливість та нестабільність законодавчої бази та політичної ситуації в країні, що посилюють суперечності взаємодії державного і приватного секторів;
- функціонування корпоративного сектору економіки, представленого бізнес-групами на галузевому або регіональному рівнях із міцними внутрішніми зв'язками, які характеризуються особистими взаємовідносинами з представниками органів державної влади;
- низький авторитет держави в суспільстві та недовіра приватного сектору до можливостей ефективної і продуктивної співпраці держави і бізнесу тощо.

Визначені проблеми державно-приватного партнерства в Україні дозволяють констатувати, що характер взаємодії держави та бізнесу у вітчизняній економіці відрізняється хаотичністю, розрізненістю зусиль, різноспрямованістю їх діяльності та неналагодженістю механізмів їх взаємодії.

Виявлення засобів вирішення означених проблем розвитку державно-приватного партнерства в Україні пов'язано із головною проблемою економічної дійсності України – подолання корупції та перехід на прозорий, демократичний, якісний рівень взаємодії держави та підприємницького сектору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 року № 2404-17 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2404-17>

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АКЦІОНЕРНОЇ ВЛАСНОСТІ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

О.О. Довженко, канд. екон. наук, доцент

О.М. Дубінська

Національний університет харчових технологій

Під час переходу до ринкової економіки в Україні відведено значну роль акціонерним товариствам, які дозволяють брати участь в інвестиційному процесі разом з підприємцями і значній кількості громадян, що не займаються підприємницькою діяльністю, сприяють перерозподілу капіталів в економіці країни по найпродуктивніших сферах господарювання, серед яких важливе місце займає харчова промисловість.

В умовах реформування харчової промисловості України механізм приватизації, створення акціонерних товариств, державне регулювання їх діяльності – це елементи, що займають центральне місце в організаційно-економічному механізмі діяльності галузі.

На підприємствах харчової промисловості існують такі групи акціонерів, які мають суттєвий вплив на ефективність функціонування підприємств: працівники, керівники, стратегічні інвестори, фінансові посередники, інші зовнішні інвестори, держава. Забезпечення довгострокового ефективного функціонування підприємства є пріоритетом як для держави, так і для стратегічних інвесторів, а також працівників та керівників підприємств [2, с. 8].

Основною метою системи менеджменту акціонерного товариства в сучасних умовах господарювання є спроба найбільш ефективно використати обмежені фінансові ресурси за умови повноцінної реалізації можливостей внутрішнього та зовнішнього середовища за допустимого рівня фінансового ризику [3, с. 177].

Важливу роль в розвитку акціонерної форми господарювання відіграє держава, яка виступає досить активним акціонером в акціонерних товариствах України шляхом внесення відповідної частки у корпоративні права. Згідно з даними Фонду держмайна, станом на 20.02.2015 р. у реєстрі корпоративних прав держави обліковувалося 565 акціонерних товариств, у статутному капіталі яких є державна частка, з них: 119 акціонерних товариств або 21,1 % загальної кількості мало в статутному капіталі державну частку понад 50%; 125 або 22,1 % мали державну частку 100 %; 149 господарських товариств або 26,4 % – державну частку розміром від 25 до 50 %; 140 товариств або 24,8 % – державну частку менше ніж 25 % [4].

Тенденції та перспективи розвитку акціонерних товариств в Україні пов'язані з: а) підвищенням ролі акціонерних товариств у розвитку економіки країни та збільшенням їх абсолютної кількості; б) зростанням частки держави-акціонера у корпоративних правах акціонерних товариств України; в) покращенням захисту прав акціонерів завдяки приведення діяльності всіх акціонерних товариств відповідно до Закону України «Про акціонерні товариства»; г) зростанням обсягів емісії акцій, випущених акціонерними товариствами у документарній формі.

Враховуючи сутність і зміст ключових проблем у сфері організації діяльності та фінансуванні акціонерних товариств, можна запропонувати перелік невідкладних заходів, які сприятимуть підвищенню ефективності функціонування акціонерних товариств в Україні загалом. Серед них:

- урегулювання нормативно-правової бази з метою захисту прав акціонерів;
- активізація розвитку фондового ринку та формування на його базі системи індикаторів реальної ринкової вартості акціонерного товариства;
- нормативне встановлення обов'язкової частки прибутку, призначеної на виплату дивідендів;
- підвищення рівня кваліфікації керівних кадрів та формування відчуття власника серед акціонерів тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс]: закон України від 17 вересня 2008 року. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
2. Шеремет О.О. Удосконалення організаційно-економічного механізму діяльності акціонерних товариств харчової промисловості України (автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук) / О.О. Шеремет – К.: НУХТ, 2001. – 18с.
3. Вірт М.Я. Організаційно-економічні особливості функціонування фінансів акціонерних товариств у сучасних умовах господарювання / М.Я. Вірт // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – №8. – С. 174-179.
4. Офіційний сайт Фонду державного майна України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.spfu.gov.ua/_layouts/SPFUSiteDefinition/RegisterstatecorporateRights.aspx

ЗАСТОСУВАННЯ КОНСОЛІДАЦІЇ КАПІТАЛУ НАУКОМІСТКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вибір доцільної форми консолідації капіталу має важливий вплив на результат, що одержить підприємство від здійснення угоди. Актуальність наукового дослідження пов'язана з визначенням доцільної форми консолідації капіталу наукомісткого підприємства.

Особливістю здійснення консолідації капіталу наукомістким підприємством є те що воно досягає вищих результатів у своїй діяльності через створення інноваційного продукту. Тому основним мотивом щодо здійснення консолідації, для наукомісткого підприємства є одержання синергетичного ефекту.

Враховуючи переваги та недоліки різних форм консолідації капіталу вважаємо, що найбільш доцільною формою консолідації капіталу для наукомістких підприємств є створення стратегічного альянсу. Стратегічний альянс як форма інтеграції різних видів капіталу, об'єднує господарюючі суб'єкти не на основі права власності, а на основі договірних зобов'язань, що обумовлені відповідними угодами про співробітництво в різних галузях.

Віддання переваги, серед інших форм консолідації капіталу, на користь створення стратегічних альянсів обумовлено наступними міркуваннями. У сфері наукомісткого виробництва, стратегічні альянси надають можливість підприємствам – учасникам одержувати конкурентні переваги за рахунок доступу до різноманітних ресурсів партнерів по консолідації (капіталу, технологій, людських ресурсів, нових ринків). Це дозволяє зосередити зусилля на інноваціях та уникнути відставання у технологічному плані, що може виникнути при застосуванні інших, менш гнучких форм консолідації (наприклад, державного концерну).

Основною метою наукомістких підприємств, при створенні стратегічного альянсу, є розширення своїх технологічних та операційних можливостей. Об'єднання у стратегічний альянс, надає можливість за короткий час підвищити продуктивність праці, не витрачаючи власні ресурси. Отже, підприємства – учасники стратегічних альянсів отримують можливість сконцентруватися на інноваціях, що в свою чергу, сприятиме підвищенню їх конкурентноздатності. Окрім цього, стратегічні альянси створюються на договірній основі, а не на основі права власності, і тому підприємства – учасники не втрачають свою стратегічну самостійність і для них пріоритетними є власні інтереси.

Особливістю управління стратегічним альянсом є паритет сторін в управлінні, контролі за діяльністю підприємства та у стратегічному плануванні. Паритет в управлінні, дозволяє кожному з партнерів діставати найбільшу вигоду від спільної діяльності та сприяє розвитку ділового співробітництва.

Якщо, стратегічно передбачається співпраця на довгострокову перспективу, то така форма консолідації капіталу як стратегічний альянс може розглядатися у якості випробної форми, метою якої є визначення певного оптимального співвідношення між стратегічною потребою у взаємозалежності та збереженням автономності партнерів.

Звичайно, стратегічний альянс як форма консолідації капіталу не є досконалою. При здійсненні стратегічного альянсу, особливо у наукомісткій галузі, виникають ризики передачі власних технологій партнеру – конкуренту та їх несанкціоноване використання. Також, до ризиків при здійсненні консолідації капіталу наукомісткими підприємствами, можна віднести наступні:

- політичні ризики – обумовлені міжнародним характером консолідації капіталу, і можуть виникнути як у вітчизняних так і у іноземних підприємств, з якими відбувається консолідація;

- ринкові ризики – обумовлені ринковою невизначеністю та можливими відмовами від спільної діяльності підприємств, що беруть участь в консолідації, та ін.;

- організаційні ризики – обумовлені консолідацією великої кількості підприємств, що беруть участь в проєкті;

- виробничо-технічні ризики – обумовлені збоями в діяльності і можливими втратами при впровадженні нових технологій.

Отже, для мінімізації ризиків наукомісткого підприємства що виникають при консолідації капіталу пропонуємо наступне. По перше, проводити заходи що до відбору підприємств – учасників консолідації, з врахуванням специфіки країни – базування даного підприємства. По друге, здійснювати детальне прогнозування необхідних витрат та інвестицій що виникнуть при проведенні консолідації. По третє, необхідне прогнозний розрахунок отриманих вигод від здійснення консолідації, в тому числі і песимістичний прогноз.

В залежності від того який економічний ефект бажано досягнути при здійсненні консолідації капіталу у формі стратегічного альянсу, обирається певний вид стратегічного альянсу. Вибір на користь того чи іншого виду стратегічного альянсу, залежить від етапу створення інноваційного продукту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Костицький В.В. Закон перманентної концентрації капіталу: Економічна історія та українські реалії. [Текст] / В.В.Костицький. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2003. – 198 с.

АКТУАЛЬНІСТЬ АГРАРНОГО РЕФОРМУВАННЯ ТА ЙОГО ОСНОВНІ НАПРЯМИ

К. Ю. Омельченко, канд. екон. наук

Національний університет харчових технологій

На сучасному етапі в Україні відбуваються складні соціально-економічні процеси, створення ефективно діючої ринкової економіки, що закономірно потребує докорінних змін в усіх аспектах економічної політики. Це в першу чергу стосується аграрного сектору економіки.

Аграрна реформа являє собою процес удосконалення економічних відносин і організації виробництва в усіх сферах АПК. Головним напрямом сучасної аграрної реформи має стати перетворення працівників на землі шляхом її приватизації на власників землі, засобів виробництва, виробленого продукту та доходу.

Аграрна реформа стане дієвою лише за умови, якщо в ній будуть визначені не тільки завдання, а й всебічно відпрацьовані всі без винятку аспекти перетворень: економічні, політичні, соціальні, правові, кадрові, екологічні, зовнішньоекономічні.

Наші уявлення про шляхи розвитку сучасних аграрних відносин виходять з того, що найважливішими складовими сучасної аграрної реформи є:

- вдосконалення структури аграрного виробництва та створення нових форм господарювання на селі;

- реформування ціноутворення з метою досягнення паритету цін на сільськогосподарську продукцію, промислові засоби виробництва та виробничі послуги;

- розв'язання соціальних проблем на селі шляхом забезпечення соціальної спрямованості аграрних перетворень в економіці;

- створення надійної правової бази для здійснення аграрної реформи.

Нині в чинних законодавчих актах передбачено вагомі передумови для істотного прискорення ринкових перетворень на селі шляхом реформування відносин власності на землю та інші засоби виробництва в аграрному секторі економіки, розширення і поглиблення ринкових відносин між усіма суб'єктами господарювання, створення нових організаційно-правових структур, нового механізму регулювання аграрних відносин. Відзначено необхідність збереження, по можливості, цілісності господарського використання приватними формуваннями землі та майна колишніх колективних сільськогосподарських підприємств на основі оренди земельних часток (паїв), що забезпечить ефективніше використання землі та майна, а також розвиток соціальної сфери села.

Важливою умовою проведення аграрної реформи є істотне вдосконалення правового забезпечення з боку законодавчих органів держави. Наразі правове регулювання аграрних відносин в Україні забезпечують закони про пріоритетність соціального розвитку села, про власність, Господарський кодекс України, про приватизацію, Земельний кодекс та ін.

Земельний кодекс України, що набрав чинності 1 січня 2002р., вирішує такі правові проблеми:

- юридично захищає селянина як власника землі;

- визначає права та обов'язки землекористувачів;

- дає можливість безоплатно отримати земельну ділянку;

- передбачає оренду земельних ділянок;

- відкриває можливість застави земельної ділянки під кредит;

- зобов'язує землекористувачів зберігати родючість землі та передбачає лише цільове її використання;

- забороняє іноземним громадянам набувати право власності на землі сільськогосподарського призначення і не дозволяє їх продаж до 2005 р.

Земельний кодекс України відкриває шлях для здійснення наступних етапів земельної реформи і створення повноцінних ринкових земельних відносин. Однак його повне втілення на практиці, за оцінками фахівців, потребує розробки більш ніж 40 спеціальних законів, що регулюють земельні відносини.

Наукові обґрунтування правового поля аграрної реформи повинні базуватися на змісті об'єктивних економічних законів, чільне місце серед яких належить закону зростання продуктивності праці, закону зростаючих потреб, закону суспільного поділу праці, законам вартості та власності, закону грошового обігу та ін. Поряд з удосконаленням законодавства необхідно, щоб на повну силу запрацював відомий принцип: «перед законом усі рівні, у тому числі й держава».

Дуже важливо за допомогою правових заходів забезпечити додержання цінового паритету та усунути податкові, кредитні та інші перекоси, які негативно впливають на розвиток сільськогосподарського виробництва.

Україні потрібна така аграрна реформа, яка б не руйнувала побудоване, а створювала рівні економічні та правові умови для всіх сільськогосподарських товаровиробників незалежно від форми власності. Тому, наголошуючи на вдосконаленні регулятивної функції аграрного права, слід більше приділяти уваги

його охоронній функції. В умовах побудови правової держави проблема охорони прав та інтересів усіх суб'єктів аграрних відносин заслуговує на увагу законодавців, урядовців та науковців. Аграрна реформа включає і перебудову організаційно-правових форм господарської діяльності у сільському господарстві та інших сферах АПК.

СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Н.М. Салатюк, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Забезпечення сталого розвитку національної економіки є спільною проблемою, властивою як розвиненим, так і країнам, що розвиваються.

В Україні інтерес до подібної проблематики обумовлений такими факторами: занепадом і руйнацією звичної ідеологічної парадигми, проведеними ринковими реформами, які супроводжуються різким скороченням обсягів виробництва, падінням життєвого рівня значної частини населення, критичним зниженням ефективності національної економіки, погіршенням стану навколишнього середовища.

Господарською практикою доведено, що серед усіх наявних в Україні видів ресурсів саме природні – земельні, водні, лісові, мінеральні тощо – є водночас основним підґрунтям і найбільшою господарською проблемою сталого розвитку.

Реалізація стратегії сталого розвитку для економіки України є дуже актуальною проблемою, тому що хижацьке природокористування призвело до швидкої вичерпності корисних копалин, деградації більшості видів природних ресурсів внаслідок господарської діяльності, забруднення довкілля тощо.

Перехід національної економіки до стандартів економічно безпечного виробництва і споживання з метою забезпечення сталого економічного розвитку в цілому викликаний все більш зростаючою залежністю вітчизняної економіки від зовнішніх, здебільшого негативних факторів. Неузгодженість темпів економічного розвитку і вимог екологічної безпеки, домінування природомістких галузей з високою питомою вагою ресурсо- та енергомістких застарілих технологій, сировинна орієнтація експорту, мілітаризація виробництва, відсутність культури праці та споживання тощо призвели до формування техногенного типу економічного розвитку [1, с. 11].

Стійкість розвитку економіки не може бути обмежена реформуванням макроекономічних взаємозв'язків, що нормалізують кількісне зростання показників національної економіки. Стійкість в складних економічних системах вимагає комплексу обставин, що формують паралельні зміни і стабілізацію процесів на рівні регіону та мікрорівні.

Перевага моделі сталого розвитку полягає в тому, що вона передбачає забезпечення економічного зростання і поступовий перехід до стійкого економічного розвитку та підвищення добробуту населення без істотного збільшення масштабів використання природних ресурсів і забруднення довкілля.

Модель сталого розвитку довгий час розглядалася в контексті гармонійного поєднання і взаємодії тільки трьох елементів: економіки, суспільства і природи. Адже тоді, на думку вчених провідних країн з ринковою економікою, забезпечуватиметься необхідне підтримання економічної системи в балансі. Проте вже на початку ХХІ

століття стали висловлюватися пропозиції про включення в класичну модель сталого розвитку додаткових елементів. Перш за все, пропонувався елемент «наука і техніка». Це зумовлювалося тим, що наука має особливе значення при створенні методологічної та технічної основи для якісної модернізації економічної системи. Неможливе формування сталого розвитку економіки без створення умов випереджаючого розвитку науково-технічного потенціалу держави. Оскільки економічна система має динамічний характер, ключове значення для реалізації заходів і завдань по створенню середовища сталого розвитку має дієва інституційна база, представлена органами державної влади та управління.

Таким чином, модель сталого розвитку суспільства повинна включати п'ять елементів: економіка, суспільство, екологія, наука і техніка, інститути.

В січні 2015 року Президентом України було схвалено Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020», метою якої є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі. Задля цього рух уперед здійснюватиметься за такими векторами:

– *вектор розвитку* – це забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя. Україна має стати державою з сильною економікою та з передовими інноваціями. Для цього, передусім, необхідно відновити макроекономічну стабільність, забезпечити стійке зростання економіки екологічно невиснажливим способом, створити сприятливі умови для ведення господарської діяльності та прозору податкову систему;

– *вектор безпеки* – це забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян, захищеності інвестицій і приватної власності. Україна має стати державою, що здатна захистити свої кордони та забезпечити мир не тільки на своїй території, а й у європейському регіоні. Особливу увагу потрібно приділити безпеці життя та здоров'я людини, що неможливо без ефективної медицини, захищеності соціально вразливих верств населення, безпечного стану довкілля і доступу до якісної питної води, безпечних харчових продуктів та промислових товарів;

– *вектор відповідальності* – це забезпечення гарантій, що кожен громадянин, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак, матиме доступ до високоякісної освіти, системи охорони здоров'я та інших послуг в державному та приватному секторах;

– *вектор гордості* – це забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт [2].

Зрозуміло, що реалізація стратегії сталого розвитку в Україні допоможе поступово ліквідувати залежність між економічним зростанням та погіршенням стану навколишнього природного середовища, забезпечить стабілізацію екологічної ситуації, дасть змогу запровадити нову модель господарювання та поширення екологічно орієнтованих методів управління. Тому необхідна реальна оцінка можливостей держави, насамперед фінансових і науково-технічних.

ЛІТЕРАТУРА

1. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К.: Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України", 2012. – 72 с.

2. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.

СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Н.С.Скопенко, д-р екон. наук, професор
Національний університет харчових технологій

Функціонування підприємств харчової промисловості відбувається в умовах динамічності зовнішнього середовища та під впливом внутрішніх складових їх діяльності, що обумовлює наявність ризику і необхідність зменшення ступеня його негативного впливу. Існуючі підходи та методики щодо розв'язання окремих проблемних аспектів ризик-менеджменту як дієвої системи управління ризиком не дають змоги науково узагальнити та практично вирішити завдання формування на підприємствах комплексної системи управління ризиком, адаптованої до сучасних тенденцій в розвитку ринкової економіки.

Сучасний стан наукового опрацювання відзначених проблем щодо аналізу, оцінки та врахування ризику вимагає конструктивного узагальнення та систематизації теоретичних і прикладних засад ризик-менеджменту з урахуванням специфіки функціонування підприємств харчової промисловості.

Узагальнюючи представлені точки зору провідних науковців щодо визначення управління ризиками [1-7] та враховуючи основні положення теорії управління, пропонується розглядати управління ризиком як процес впливу на об'єкт господарювання, при якому забезпечується охоплення максимально широкого діапазону можливих ризиків і використання всіх методів впливу на них в процесі прийняття управлінських рішень та зведення ступеню впливу виявлених ризиків до мінімальних або прийнятних меж. Результатом цих дій стає розробка стратегії поведінки об'єкта управління у разі настання конкретних подій, які викликають дію різних видів ризику.

Тобто, ризик-менеджмент – це сукупність принципів, методів і форм управління виробничими процесами в умовах невизначеності та конфліктності, зайнятими цією діяльністю організаційними структурами і їх персоналом.

В рамках ризик-менеджменту розв'язуються три основні завдання: профілактика виникнення ризиків; мінімізація збитку, заподіяного ризиками; максимізація додаткового прибутку, якій отримує підприємство в результаті управління ризиками.

Основна мета ризик-менеджменту – це зменшення, або ліквідація можливих втрат від ризику, тому визначення принципів та функцій управління ризиком мають суттєве значення для застосування ризик-менеджменту на підприємстві.

Ризик-менеджмент базується на наступних основних принципах [1-7]: *принцип масштабності (максимізації)* – суб'єкт господарювання повинен прагнути до всебічного аналізу можливих причин і чинників виникнення ризику, до найповнішого охоплення можливих сфер виникнення ризику, тобто необхідність зведення рівня невизначеності до мінімуму; *принцип мінімізації* – підприємства намагаються мінімізувати спектр можливих ризиків, зменшити ступінь їх впливу на свою діяльність; *принцип адекватної реакції* – суб'єкт господарювання повинен адекватно і швидко реагувати на внутрішні та зовнішні зміни, що можуть стати джерелом ризиків; *принцип розумного прийняття* – можливість прийняття на себе тільки обгрунтованих ризиків (не розумно ризикувати більшим заради меншого; приймати ризик необхідно тільки в межах власних коштів; необхідно прогнозувати можливі наслідки у випадку реалізації ризику).

Ризик-менеджмент виконує функції, притаманні будь-якій управлінській діяльності, але при цьому специфіка їх виконання визначається об'єктом управління.

Це функції прогнозування (планування), організації, контролю, регулювання, координації та стимулювання.

Прогнозування ризику суттєво впливає на прийняття управлінських рішень та представляє собою розробку перспективних змін стану об'єкту в цілому та окремих його частин. Прогнозування може здійснюватися за допомогою статистичних (шляхом екстраполяції) та експертних методів (на основі передбачення змін, використовуючи досвід та інтуїцію експертів). Функція *організації у ризик-менеджменті* представляє собою формування та реалізацію програми дій, спрямованої на зменшення ризику на основі визначених правил та процедур, які притаманні конкретному підприємству. *Контроль у ризик-менеджменті* полягає у перевірці організації робіт по зменшенню ступеня ризику, який потребує аналізу результативності заходів з метою оцінювання ефективності дій. Функція *регулювання* передбачає вплив на об'єкт управління з метою досягнення стану рівноваги об'єкту управління у випадку відхилення від заданих параметрів. *Координація* забезпечує єдність об'єкта і суб'єкта управління та полягає в узгодженні усіх ланок системи управління ризиком, апарату управління та спеціалістів на підприємстві. *Стимулювання у ризик-менеджменті* представляє собою процес спонукання суб'єктів до зацікавленості у результатах своєї праці.

У цілому, від прийнятої концепції управління ризиками значною мірою залежить успішність результатів діяльності суб'єктів господарювання. Визначення мети процесу управління ризиками ускладнюється існування залежності між ризиком і прибутком, тому підприємства мають самостійно визначити той рівень ризику, на який вони погоджуються з метою отримання запланованих прибутків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бартон Томас Л. Комплексный подход к риск-менеджменту: стоит ли этим заниматься.: Пер. с англ. / Бартон Томас Л., Шенкир Уильям Г., Уокер Пол Л. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 208 с. ил. – Парал. тит. англ.
2. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія. / Вітлінський В.В., Великоіваненко П.І. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Посохов І.М. Аналіз досліджень зарубіжних наукових шкіл ризик-менеджменту / Ігор Михайлович Посохов // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2013. – №4. – С. 164-172
4. Andersen T. Strategic Risk Management Practice: How to Deal Effectively with Major Corporate Exposures / T. Andersen, P. Schröder. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 268 p.
5. Bedford T. Probabilistic Risk Analysis: Foundations and Methods / T. Bedford, R. Cooke. – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. – 414 p.
6. Crouhy M. Risk Management / M. Crouhy, D. Galai, R. Mark. – New York : McGraw-Hill, 2012. – 390 p.
7. Damodaran, A. (2008). Strategic Risk Taking: A Framework for Risk Management. Pennsylvania: Pearson Prentice Hall [in English].

ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ НАСЕЛЕННЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ

О.М. Соломка, канд. екон. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

На початку XXI ст. стало очевидним, що триваючий стихійний соціально-економічний розвиток більшості країн світу без урахування його впливу на навколишнє середовище, поляризація бідності і багатства між країнами можуть призвести до загальної економічної нестійкості і глобальної кризи. У зв'язку з цим з'явилася потреба в переосмисленні впливу існуючих моделей соціально-економічного розвитку на рівень і якість життя населення, в оцінці національних можливостей щодо життєзабезпечення населення.

Інтерес економістів до взаємозв'язку «подолання бідності як результат зростання економіки» проявився наприкінці XX ст. у зв'язку з підвищеною увагою до проблем стійкого розвитку національних економік.

Бідність веде до соціальної та економічної стагнації суспільства, руйнуючи стійкість національної економіки зсередини. Бідність, будучи наслідком економічних і соціальних проблем, стала генератором загроз і небезпек національній економіці. Недооцінка проблеми бідності може дорого коштувати Україні, тому що веде до втрати найціннішого економічного ресурсу – людського.

Ще в XVIII ст. класик політекономії А. Сміт висловив думку про те, що жодне суспільство, без сумніву, не може бути процвітаючим і щасливим, доки більша його частина залишається бідною і нещасною [3, с. 250].

85 найбагатшим людям світу належить, у сукупності, стільки ж матеріальних цінностей, скільки і 3,6 млрд. найбідніших жителів планети. В країнах з високим рівнем доходу середні доходи 10 відсотків найбагатшого населення в даний час приблизно в 9,5 разів вище, ніж доходи 10 відсотків найбільш бідного населення, в той час як 25 років тому вони були в 7 разів вище. За прогнозами Всесвітнього банку бідність буде залишатися стабільно високою в країнах Південної Азії та Африки на південь від Сахари, де, згідно з оцінками, в 2030 році буде проживати 377 млн з 412 млн малозабезпеченого населення світу [1].

Що стосується України, з 2000 по 2012 рік індекс зростання ВВП становив 1,614, а реальної заробітної плати – 3,393. Фактично економічне зростання забезпечило подвійне підвищення добробуту населення. Проте соціальні наслідки зростання економіки виявилися неоднозначними. Доходи населення знецінилися у 2,78 рази. Найбільшою мірою постраждали малозабезпечені верстви населення, які витрачали на продовольче споживання від 54 % до 61 % своїх доходів. Ціни на продукти харчування зросли у 3,2 рази. Коефіцієнт Джині, що характеризує рівень концентрації доходів серед економічних груп населення, скоротився лише на 14%, а співвідношення доходів 20% найбільш і 20% найменш забезпеченого населення, яке визначає рівень матеріальної диференціації населення, – на 18%. За оцінками фахівців, різниця в доходах незаможних і багатих верств населення сягала 40 і більше разів [2, с. 13].

Швидкі темпи економічного розвитку країни могли б допомогти знизити рівень бідності за рахунок підвищення заробітної плати, розширення сфери зайнятості та реструктуризації системи соціального захисту. Як свідчить світовий досвід, вирівнювання доходів від зайнятості слід проводити шляхом встановлення меж: «знизу» – мінімальна заробітна плата, «зверху» – фіскальна політика, зокрема прогресивна шкала оподаткування. Також необхідно дотримуватися справедливих пропорцій в оплаті праці залежно від складності та соціальної значущості виконуваної роботи.

Економічне зростання, будучи домінантним фактором рівня життя населення, не може само по собі виправити диспропорції в його диференціації:

необхідна розробка та реалізація довгострокової стратегії скорочення бідності, заснованої на більш широкому врахуванні інституційних чинників цього явища.

Більш справедливий розподіл доходів, що проявляється зокрема через зниження бідності, є вагомим стимулом (і матеріальним, і психологічним) розширення участі всіх верств населення в економічному розвитку, тоді як посилення нерівності і масштабна бідність загрожують стати деструктивною силою щодо економічного прогресу, провокувати соціальну напруженість і викликати протидію перетворенням з боку тих, хто втратив надію на покращання власної долі [2, с. 6].

Тільки за допомогою підвищення продуктивності праці можна забезпечити реальне зростання трудових доходів, гармонізованих із зростанням економіки.

Зростання повинно бути не стільки самоціллю в економічній політиці країни, скільки механізмом економічного розвитку. Крім зміни доходів, зусилля по прискореному забезпеченню добробуту повинні бути спрямовані на зміцнення гендерної рівності та підвищення доступності продовольства, житла, чистої води, послуг санітарії, охорони здоров'я, освіти тощо.

Отже, економічне зростання є ефективним інструментом скорочення бідності і забезпечення загального процвітання, якщо воно є стійким. Особливо важливими вважаємо три ключові елементи: інвестиції в людський капітал, розумне використання систем соціального захисту та вжиття заходів для забезпечення екологічної стійкості розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Global Monitoring Report 2014-2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/ru/news/press-release/2014/10/08/wb-imf-report-progress-development-goals-promoting-shared-prosperity>

2. Нерівність в Україні: масштаби та можливості впливу / за ред. Е.М.Лібанової. – К.: Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2012. – 404 с.

3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит: пер. с англ. – М.: Эксмо – Пресс, 2007. – 960 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

О.І. Тимченко, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Стимулювання розвитку малого підприємництва є одним з визначальних пріоритетів державної політики в умовах протидії ризикам загострення економічної депресії. У даному напрямі прийняті і реалізуються закони України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців щодо спрощення реєстрації осіб як платників податків», розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з виконання у 2013 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014-2024 роки», «Про утворення територіальних органів Державної служби з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва» [1],

регіональні та місцеві програми підтримки малого і середнього підприємництва тощо.

Ведеться активна діяльність щодо реформування державної політики регулювання підприємницького сектору, позитивним наслідком чого стали удосконалення дозвільних процедур і реєстрації (у т. ч. електронної) речових прав на майно, спрощення процедур відкриття та закриття бізнесу, одержання адміністративних послуг, звуження прямого адміністративного державного контролю за діяльністю суб'єктів господарювання та реформування сфери надання адміністративних послуг, пом'якшення податкового тиску, розвиток інфраструктури для надання суб'єктам підприємництва фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, науково-технологічної, консультативної, маркетингової, кадрової та освітньої підтримки та, відповідно, покращення місця України у рейтингу легкості ведення бізнесу Світового банку. В рейтингу «Doing Business – 2015» Україна поліпшила позицію на 16 пунктів і піднялася з 112 на 96 позицію серед 189 країн світу. Зокрема, досягнуто значного успіху за двома ключовими позиціями – «реєстрація власності» (59 позиція) і «сплата податків» (108 позиція). Проте низка позитивних кроків гальмується їх вибірковістю у практичній площині та нездатністю системно впливати на трансформацію економіки України у нову якість, нову модель зростання. Зокрема, відбулося погіршення у 7 з 10 сфер, що охоплюються дослідженням. Низка важливих показників залишаються на наднизькому рівні. Зокрема протягом тривалого часу в Україні здійснювалися суперечливі реформи, які, за висновками Світового банку, демонстрували то значне поліпшення умов ведення бізнесу, то – навпаки, стрімке зниження порівнюваних позицій [2].

Проте ці зміни ще не забезпечили суттєвого покращення якісних та кількісних характеристик розвитку підприємництва в Україні. Натомість актуальність проблеми посилюється тим, що активізація підприємництва та зростання масштабів і ефективності функціонування підприємницького сектору є одним з головних чинників позитивних структурних змін та модернізації національного господарства, розвитку реального сектору та покращення якості життя населення, формування заможного середнього класу, вирішення цілої низки проблем соціально-економічної безпеки держави.

З метою удосконалення державної політики регулювання розвитку підприємництва в Україні доцільно реалізувати такі заходи:

- підвищення ефективності державної політики протидії рейдерству та забезпечення належного рівня захисту права приватної власності;
- посилення стимулів суб'єктів підприємництва до інвестиційно-інноваційної активності шляхом збільшення обсягів держзамовлення у інноваційно активних малих підприємствах;
- продовження роботи з підвищення рівня прозорості і ефективності дозвільної системи шляхом посилення контролю та відповідальності посадових осіб дозвільних органів, удосконалення роботи місцевих дозвільних органів, створення органу з контролю та моніторингу дозвільної системи, популяризація досвіду проходження дозвільних процедур та підвищення рівня обізнаності підприємців щодо прав і обов'язків дозвільних адміністраторів та посадових осіб дозвільних органів;
- формування та розбудова дієвої інституційної інфраструктури фінансово-ресурсного та інвестиційного забезпечення підприємництва;
- формування системи ефективної міжгалузевої та міжсекторної кооперації (кластерів) для забезпечення ресурсоощадних виробничих циклів, фінансово-

економічне стимулювання запровадження суб'єктами малого підприємництва інноваційних технологій, створення та поширення знань між науково-дослідними інституціями та суб'єктами підприємницької діяльності, підвищення якості роботи регіональних органів державного управління у напрямі моніторингу та планування інноваційного розвитку сектору малого бізнесу;

- забезпечити формування економічних стимулів для створення локальних інтегрованих виробничих систем, проведення горизонтальної та вертикальної кооперації малих підприємств шляхом створення кооперативів у різних видах економічної діяльності, організації та проведення періодичних навчань для керівників малих підприємств стосовно ведення кооперативної діяльності;

- збільшення частки продуктивних витрат, спрямованих на формування мережі інституцій та програм фінансово-кредитного сприяння, покращення інституційно-правового забезпечення розширення можливостей малих підприємств до реалізації інвестиційних проєктів і інноваційних програм;

- надання інформаційно-консультаційної підтримки населення щодо започаткування власного бізнесу, покращення соціально-психологічного та організаційно-професійного середовища підприємницької діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Законодавство України. - Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>.

2. Україна в рейтингу Doing Business — 2015. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://ukrainiansinmd.wordpress.com/2014/12/10/україна-в-рейтингу-doing-business-2015>.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО- ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

Т.В. Швед

Національний університет харчових технологій

Олійно-жирова галузь є однією з найбільш інноваційноспрямованих галузей вітчизняної економіки. Протягом 2007-2012 років, частка підприємств галузі, що займалися інноваційною діяльністю у загальній кількості олійно-жирових підприємств становила 17,5 %, що перевищує середній показник в Україні по промисловим підприємствам – 14,6 % [1, с. 9]. Останнє підтверджується рейтинговим оцінюванням стану інноваційної діяльності підприємств олійно-жирової галузі, яке показало, що протягом 2007-2012 років галузь займала центральні місця у рейтингу як за показником кількості підприємств, що займалися інноваційною діяльністю (не вище п'ятого місця з дев'яти можливих) так і за показником обсягу витрат на інновації (не вище другого місця) та за показником обсягу реалізованої інноваційної продукції (не вище третього місця).

Однак, означені позитивні тенденції протягом даного періоду супроводжувались і зниженням частки обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції, що у 2012 р. становила 0,5% і зниженням показників впровадження організаційних і маркетингових інновацій. Крім того, зменшилась частка інноваційно-активних підприємств галузі, що впроваджували інноваційні процеси – з 80 % у 2010 році до 40 % у 2012 році. Частка інноваційно-активних підприємств олійно-жирової галузі, які спрямовували свою діяльність на

придбання нових технологій, становила 8-15%. Отже, останнє пов'язане із слабкою інноваційною спрямованістю підприємств олійно-жирової галузі. Причинами, що перешкоджають інноваційному розвитку є: недостатність власних фінансових ресурсів підприємств, необхідність здійснення великих витрат на нововведення та тривалий термін їх окупності, недостатня пряма фінансова підтримка з боку держави, відсутність системи захисту комерціалізації інноваційних розробок, слабкий зв'язок підприємств, науково-дослідних інститутів, держави у розробці та реалізації інноваційних проектів; відсутність пільг в податковій та фінансово-кредитній сферах для підприємств, які впроваджують інновації. Однією з головних причин низької інноваційної активності підприємств олійно-жирової галузі є недостатність інвестиційних ресурсів.

За останні 15 років інвестовано більше 1 млрд дол. США у модернізацію підприємств та будівництво 23 нових заводів, внаслідок чого потужності переробки олійної сировини в Україні збільшилися з 2,5 млн. тонн у 1998 році до 14 млн тонн у 2013 або в 5,3 рази. Галузь щороку, починаючи з 2009 року отримувала інвестицій більше ніж на 200 млн дол, що дозволяло збільшувати виробничі потужності щороку на 800-900 тис. тонн. Зокрема, у 2013 році було введено в експлуатацію нові універсальні олійно-екстракційні заводи в Кіровограді та у Запоріжжі, на яких можливо переробляти, крім насіння соняшника, інші олійні культури, зокрема, сою та ріпак [2].

Однак, не дивлячись на означене, в цій сфері існує ряд проблем: по-перше, висока інвестиційна привабливість залишається прерогативою великих підприємств, як правило з участю іноземного капіталу і інвестиції залишаються розкішшю для вітчизняного середнього бізнесу. По-друге, збільшення інвестицій у нарощення виробничих потужностей не є запорукою їх повної завантаженості (у 2013 році виробничі потужності з переробки олійних культур були завантажені лише на 63,9 % і було перероблено 8,5 млн тонн сировини при максимальному значенні 13,3 млн тонн). По-третє, технічне переоснащення вітчизняних підприємств олійно-жирової промисловості здійснюється за рахунок імпортованого обладнання, як правило, європейських країн. Це пояснюється відсутністю вітчизняних аналогів, існування яких значно б розширило інноваційно-інвестиційні можливості даної галузі. По-четверте, значна частина наявних виробничих потужностей є цілком зношеною, хоча і продовжує використовуватись (з 25 автоматизованих наявних олійно-екстракційних ліній, 12 ліній використовуються більше 40 років, що в шість разів перевищує нормативний термін їх використання; 7 ліній експлуатуються від 15 до 30 років з завершеним амортизаційним строком і лише 5 ліній використовуються менше п'яти років [3, с. 303-304]. Застосування фізично і морально зношеного обладнання не тільки викривляє реальний стан виробничих потужностей олійно-жирової галузі України, але і призводить до нераціонального використання сировини і значних втрат продукції. Це засвідчує наявну потребу у подальшому нарощенні інвестицій і їх все ж таки нестачу на сучасному періоді.

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємств олійно-жирової галузі України залишається недостатньою та потребує вираженої та цілісної системи державної підтримки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кузьмінська Н. Л. Прогнозування інноваційного розвитку підприємств олійно-жирової промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності) / Н.Л. Кузьмінська. – К., 2014. – 21 с.

2. Офіційний сайт асоціації «Укроліяпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukroliaprom.org.ua>.

3. Черепанова Н. А. Проблемы и перспективы украинского рынка растительного масла / Н. А. Черепанова // Економічні інновації. – 2012. – Випуск 47. – С. 302–312.

СЕКЦІЯ 6.

РОЛЬ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Голова секції – Г.А. Чередніченко, канд. пед.наук, доцент
Секретар секції – О.В. Березовська, ст. викладач

Ауд. В-201

FOREIGN LANGUAGES AS A PREREQUISITE OF A COMPANY'S COMPETITIVENESS ON A GLOBAL MARKET

G. Cherednichenko, PhD

National University of Food Technologies

International markets demand multilingual communication strategies which often have to be tailor-made to the requirements of a company. The target must be to reach clients as efficiently and effectively as possible. The ability to communicate and understand the intercultural nuances of your business partners', is not only an advantage, but almost a prerequisite for good international sales representatives as well as for administrative staff. Although low skilled workers do not explicitly need language skills for their jobs, they sometimes face situations in which the knowledge of a certain language can be very helpful, e.g. when they come across manuals, handbooks, descriptions and procedure instructions which have not been translated into their own language.

In the study on the effects on the European economy of shortages of foreign language skills in companies (ELAN), commissioned by the Directorate General for Education and Culture of the European Commission in December 2005 and undertaken by CILT, the UK National Centre for Languages, it was found:

"[...] that language skills can significantly improve export success for European companies. Small and medium sized enterprises (SMEs) which have a languages strategy and invest in staff with language skills are shown to be able to achieve 44% more export sales than those which don't."[1].

While multinational companies have always employed language skilled staff for special purposes, nowadays even small and medium sized enterprises cannot usually survive without international contacts. In order to remain competitive, they increasingly need to build up an international clientele and therefore they need employees with sufficient language skills. By means of internet portals all enterprises - (small, medium sized or large and multinational) - can be traced around the world and it is always possible that business people worldwide can contact them. Handling emails and phone calls in a foreign language is a growing challenge for even the smallest manufacturing company.

If a company wants to avoid the expense of external translators and interpreters, it will need to ensure that their staff will learn the requisite languages. Future applicants will be expected to bring these skills with them.

In the case of CEOs, managers and sales representatives, an international workplace requires that they should be able to translate business skills into any foreign language. It is not simply vocabulary that makes a good company representative but also the capability to express one's thoughts and ideas, to put across the company's strategy, to develop industry awareness and personal skills in the language in question. In short, the person has to think in the language and to make plans and strategies in the context of distinct cultures. Those who want to climb the career ladder must develop these skills because, as indicated earlier, when translators and interpreters stand between the company and prospective customers, there is a potential problem of trust and the possibility of misinterpretation and misunderstanding.

According to the above cited ELAN report, investigations have shown that

“a significant amount of business is being lost to European enterprise as a result of lack of language skills. On the basis of the [investigated] sample, it is estimated that 11% of exporting European SMEs (945,000 companies) may be losing business because of identified communication barriers. Analysis of the findings from the survey identified a clear link between languages and export success. Four elements of language management were found to be associated with successful export performance: having a language strategy, appointing native speakers, recruiting staff with language skills and using translators and interpreters.

REFERENCES

1. CILT, the UK National Centre for Languages et al, Effects on the European economy of shortages of foreign language skills in enterprise(ELAN), (<http://www.llas.ac.uk/news/2772#>)

2. Youth Engaged in Leadership and Learning/ <http://www.yell-project.eu/en/Handbook>

КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЯК СКЛАДОВА ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ ДЛЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

О.В. Березовська, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

У сучасній освіті поліпшення якості підготовки спеціалістів може бути забезпечене не тільки суттєвим удосконаленням методів навчання (застосуванням інтерактивних технологій, комп'ютеризації навчального процесу, впровадженням новітніх досягнень педагогіки), але і надійним зворотнім зв'язком, який реалізується через навчальну, творчу та практичну діяльність студентів. Контроль цієї діяльності, тобто контроль якості результатів навчання, – повинен бути однією з найважливіших проблем методичного характеру для викладачів. Саме тому посилення уваги до проблеми контролю занять викликано не тільки бажанням визначити ступінь підготовленості студентів, рівень якості викладання, але і потребою удосконалити всю систему навчання.

Посилення уваги до проблеми контролю занять викликано не тільки бажанням визначити ступінь підготовленості студентів, але і бажанням до удосконалення всієї системи навчання. Перевірка і оцінка знань виконують, принаймні, вісім функцій: контрольну, навчальну, виховну, організаторську, розвиваючу і методичну, діагностичну, стимулюючу. Найбільш важливою функцією перевірки і оцінки знань є контрольна. Показники контролю знань студентів є єдиною основою для судження про результати навчання, а отже для функції контролю знань студентів. Навчальна функція - це перевірка і оцінка знань студентів. Їх правильна організація слугує не лише цілям контролю, але і цілям навчання, які завжди певною мірою залежать від педагогічної майстерності викладача. Перевірка знань тісно пов'язана з відтворенням і повторенням раніше вивченого. Набуті у процесі вивчення того чи іншого предмета знання студентів можуть здаватися правильними і досить повними, хоча насправді, об'єктивно, вони далеко не відповідають вимогам, які ставляться. І тільки внаслідок перевірки і оцінки студент дізнається, що він знає і чого не знає або знає недостатньо, що йому треба зробити

для покращання якості знань. А це підводить студента до самостійних висновків про необхідність засвоєння більш раціональних прийомів навчальної праці. При цьому важливе значення має усвідомлення позитивного досвіду навчальної роботи кращих студентів. На цій підставі студент вирішує, якою за змістом і методикою має бути його подальша навчальна робота, на що потрібно звертати більше уваги і под., що суттєво впливає на подальше навчання. Процес перевірки і оцінки знань студентів і його результати дуже важливі для самого викладача, для його подальшої роботи, оскільки у процесі контролю викладач одночасно оцінює свою методику викладання і зміст занять.

Контроль знань студентів - це невід'ємна і важлива частина процесу навчання, відповідальний етап на шляху від незнання до знання, від неповного знання до більш точного і більш повного. Кожному викладачеві необхідно напрацювати таку систему контролю знань, щоб у цілому вона найкращим чином слугувала виконанню всіх його функцій. Керуючи процесом навчання, викладач повинен не тільки повідомляти студентам певну інформацію або організовувати сприйняття цієї інформації з інших джерел, але і повинен одночасно мати вичерпні відомості про те, як виконується ця робота. І чим повніше будуть ці відомості, тим більше студентів буде охоплено ними, чим достатніший і своєчасний контроль, тим кваліфікованіше викладач зможе керувати процесом засвоєння, тим більше буде можливостей зробити навчання керованим.

Здійснення принципу зворотного зв'язку є важливою умовою підвищення якості підготовки спеціалістів.

Розрізняємо попередній (вхідний), поточний, рубіжний і підсумковий контроль.

Попередній контроль застосовуємо як передумову для успішного планування і керівництва навчальним процесом. Він дає змогу визначити наявний рівень знань для використання їх викладачем як орієнтування у складності матеріалу.

Поточний контроль знань є засобом виявлення ступеня засвоєння навчального матеріалу. Управління навчальним процесом можливе тільки на підставі даних поточного контролю.

Рубіжний контроль знань є показником якості вивчення окремих розділів, тем і пов'язаних з цим пізнавальних, методичних, психологічних і організаційних якостей студентів

Підсумковий контроль являє собою залік студентів з метою оцінки їх знань і навичок у відповідності до вимог оцінювання знань.

Мета контролю визначає вибір методів, при цьому слід враховувати, що зазначені методи можуть застосовуватися у всіх видах контролю. Необхідно пам'ятати, що лише комплексне їх застосування дає можливість регулярно та об'єктивно виявляти динаміку формування системи знань та умінь студентів.

Система навчання у вищій школі - багатогранний процес, який складається з цілого ряду взаємопов'язаних елементів. Серед них важливе місце посідає контроль знань, тобто організація зворотного зв'язку як засобу управління навчально-виховним процесом. Ця проблема особливо актуальна у наш час у зв'язку з тим, що вся система вищої освіти в Україні підлягає повній організаційній перебудові.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чернілевський Д. В., Томчук М. І. Педагогіка та психологія вищої школи// Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - Вінниця: Вінницький соціально-економічний інститут Університету "Україна", 2006.
2. Ягупов В. В. Педагогіка: Навч. Посібник. -К.: Либідь, 2002.

РОЛЬ ПРОБЛЕМНОГО НАВЧАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У НЕМОВНИХ ВНЗ

Н.О. Божок, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Проблемне навчання на заняттях з іноземної мови засноване на створенні навчальних завдань, які забезпечують студентів новими знаннями, навичками й стимулюють творчість, нестандартний підхід до вирішення учбових задач та навчають самостійному аналізу фактів й узагальнень. Проблемні ситуації мотивують мовну діяльність, урізноманітнюють форми висловлювання та зміцнюють мовленнєву компетенцію на заняттях з іноземної мови. Особливо це є актуальним у вивченні іноземної мови студентами немовних навчальних закладів.

Теорія проблемного навчання знайшла своє відображення у наукових працях С. Рубінштейна, Н. Менчинської, Т. Кудрявцева, М.Махмутова, І. Лернера, Н.Дайрі та Д. Вилькеевим.

Проблемне навчання визначається як система методів навчання, при якій студенти отримують знання не шляхом заучування і запам'ятовування їх в готовому виді, а в результаті розумової роботи над вирішенням проблем і проблемних завдань, побудованих на осмисленні матеріалу, що вивчається. Проблемне навчання використовується як на стадії введення матеріалу, так і на стадії його закріплення в процесі мовної практики на різних етапах навчання іноземної мови студентів. Проблемне навчання на заняттях іноземної мови допомагає: виявити індивідуальні схильності кожного студента; навчити спостерігати, досліджувати, активізувати розумову діяльність; навчити слухати і чути один одного, поважати думку співрозмовника; змінити роль викладача (викладач – не контролер, а наставник, радник, джерело інформації, який розділяє загальну відповідальність за результат) [1; 2, с. 72].

Проблемне навчання містить кілька етапів: усвідомлення проблемної ситуації, аналіз проблемної ситуації та формулювання проблеми; рішення проблеми; перевірка правильності рішення проблеми [1].

Також виділити чотири взаємозв'язані функції проблемної ситуації: а) стимулююча; б) навчальна; в) організуюча; г) контролююча [1].

Таким чином, проблемне навчання на заняттях іноземної мови сприяє розвитку іншомовної навчальної діяльності студентів, стимулює їх розумові дії, увагу, творчу уяву та покращує мотивацію вивчення іноземної мови у студентів немовних ВНЗ й якість їх професійної підготовки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мочалова Н. М. Методы проблемного обучения и границы их применения / Н. М. Молчанова. – Казань : ТБК. 1999. – 237 с.

2. Н. В. Резнік, О.О. Ткачова. Проблемне навчання на уроках англійської мови / Н. В. Резнік, О.О. Ткачова. – Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 12 (271), Ч. I, 2013. . – с 208-214.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ

МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ ЗАСОБАМИ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Л.В. Власенко, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Сучасний стан міжнародних зв'язків України у різних сферах життєдіяльності, нові політичні, соціально-економічні та культурні реалії потребують суттєвих змін у сфері освіти як важливого державного інституту, у тому числі й у галузі навчання іноземних мов. Сьогодні статус іноземної мови стрімко зростає. Вивчення іноземних мов стає вимогою часу. Держава потребує висококваліфікованих фахівців із знанням іноземних мов, професіоналів готових до гідної участі у міжнародному співробітництві і формуванні нового ставлення до України в Європі та світі. Іноземна мова все більше набуває ролі засобу міжкультурного спілкування, що зумовлює необхідність удосконалювати методи навчання іноземної мови, зокрема англійської.

Сьогодні Україна впевнено бере курс на інтеграцію в європейське політичне, освітнє, наукове, культурне, та особливо економічне співтовариство, тому гостро постає питання підвищення якості підготовки з іноземної мови майбутніх фахівців економічної галузі. Майбутній працівник повинен вміти користуватися всесвітньою мережею Internet, закордонними науковими виданнями, розширювати знання про тенденції розвитку науки в світі. Саме знання іноземної мови допомагає зробити цей процес плідним, своєчасним, формує фахівця, конкурентоспроможного на світовому ринку праці.

Ділова англійська мова розглядається як мова професійної спрямованості, яка передбачає певний мовний корпус та певні види комунікацій в діловому контексті. Ділова англійська мова використовується в бізнесовому оточенні, її концепція формується та набуває ваги з поглибленням ділової інтеграції. Таким чином, викладання англійської мови включає не тільки надання мовних знань, умінь та навичок, але і формування свідомості природи комунікацій в бізнесі, оволодіння методами їх реалізації, кроскультурної свідомості, а також узагальнення на прагматичному рівні знань і навичок, отриманих студентами при вивченні спеціальних, соціальних і гуманітарних дисциплін.

У процесі навчання ділової іноземної мови ставиться мета оволодіння мовленнєвою компетенцією у сфері ділового спілкування, що передбачає розвиток спеціальних знань у студентів, ознайомлення їх із основними положеннями бізнес-сфери, з вимогами до ведення ділових переговорів, оформлення ділової кореспонденції тощо. Одним із аспектів вивчення ділової іноземної мови є оволодіння студентами офіційно-діловим стилем писемного професійного спілкування іноземною мовою. При цьому позитивний результат вивчення вимагає безпосереднього і систематичного керівництва їхньою навчальною діяльністю, яке і реалізується у процесі викладання. Воно, звичайно, потребує ретельного планування діяльності викладача, що виражається у визначенні освітнього змісту і відповідних йому пізнавальних завдань і вправ.

В процесі ділових контактів має місце професійне міжкультурне спілкування. В процесі міжкультурного професійного спілкування здійснюється обмін інформацією, встановлюються контакти. Міжкультурна професійна комунікація є процесом безпосередньої професійної взаємодії ділових культур, яка

здійснюється в рамках не співпадаючих національних стереотипів мислення і поведінки. Співвідносити мовні засоби з нормами мовної поведінки неможливо без знань про реалії країни мови, що вивчається. Щоб досягти розуміння в міжкультурному спілкуванні, фахівець повинен володіти знанням не тільки професійної картини світу, але й уміти встановлювати контакт, орієнтуватися на національно специфічні риси свого партнера, співпереживати і розуміти співбесідника як представника певної соціальної групи. Таким чином, в процесі міжкультурного спілкування фахівця виникає проблема розуміння, яка може розглядатися як на лінгвістичному, так і на соціокультурному рівні в контексті сприйняття партнера по комунікації.

Навчання міжкультурній компетенції має за мету підвищити здатність студентів ефективно вирішувати міжнародні ділові завдання. Тому що професіонал, успішний в знайомому йому середовищі, обов'язково буде мати успішну діяльність в новому середовищі з відмінною культурою.

Таким чином, якщо обов'язки фахівця економіки будуть пов'язані з зовнішньоекономічною діяльністю або йому доведеться спілкуватися з іноземними постачальниками, то він повинен мати хорошу розмовну та письмову англійську. Якщо ж він вестиме листування англійською мовою або працювати в міжнародних програмах, то досить впевненого базового рівня. Ну а коли кандидат претендує на вакансію головного бухгалтера в міжнародній компанії, йому необхідний рівень. Також багато фірм практикують стажування співробітників у своїх зарубіжних представництвах. І спілкуватися з англомовними колегами доведеться не тільки на побутові теми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахов І. С. Міжкультурний аспект формування професійної компетентності майбутніх перекладачів / І. С. Бахов // Преподавание языков в высших учебных заведениях образования на современном этапе. Межпредметные связи. Научные исследования. Опыт. Поиски: сборник научных статей. – Выпуск 16. – Харьков, 2009. – С. 18–26.

2. Коротка Л. М. Міжкультурний підхід формування англомовної лексичної компетенції в майбутніх економістів у середніх спеціальних навчальних закладах [Електронний ресурс] / Л. М. Коротка. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/stgerm/2009_1/Korotko.pdf.

3. Федорова І. А. Методичні рекомендації щодо навчання ділового англійського монологічного мовлення / І. А. Федорова // Преподавание языков в высших учебных заведениях образования на современном этапе. Межпредметные связи. Научные исследования. Опыт. Поиски: сборник научных статей. – Выпуск 15. – Харьков, 2009. – С. 141–149.

ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІКО- ФІНАНСОВОГО НАПРЯМУ

О.М. Галинська, канд. філ. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

У зв'язку з прискоренням глобалізації та поширенням міжнародних ділових контактів в Україні зростає потреба у висококваліфікованих спеціалістах у галузі

економіки. Інтеграція у світовий економічний, культурний, освітній простір вимагає якісної підготовки фахівців, здатних до успішної професійної діяльності в рамках світової спільноти. Нові вимоги до майбутнього фахівця, нові прийоми при прийнятті на роботу вимагають удосконалення підходів до підготовки сучасного фахівця. Саме тому володіння іноземною мовою, зокрема англійською як мовою міжнародного бізнесу, стає необхідним. Через це перед сучасними українськими вищими навчальними закладами ставиться завдання надати студентам, майбутнім фахівцям мовну підготовку, адекватну вимогам сучасного економічно розвиненого суспільства, а також розвивати їх професійно-спрямовані комунікативні навички, що допоможе успішно вести міжнародний бізнес у майбутньому, вільно спілкуючись англійською. Розвиток ділової активності в Україні зумовив підвищений інтерес та все більшу популярність вивчення ділової англійської мови як мови міжнародного спілкування [1].

Необхідність трансформації сучасного суспільства вимагає не лише адаптації до соціально-економічної ситуації в державі, – потрібно випереджати її тенденції, формуючи кадри, орієнтуючись на кращі світові зразки. Це дасть змогу не тільки покращити кваліфікацію майбутнього фахівця, а й позитивно змінити його адаптацію в іншомовній сфері професійного спілкування. Це мобілізує зростання здатності людини до самоосвіти, саморозвитку і самовдосконалення.

Важливим складником професійної підготовки спеціаліста будь-якої галузі, у тому числі й економіко-фінансової, є його іншомовна комунікативна компетенція, здатність фахівця, випускника вищого навчального закладу, до практичного застосування іноземної мови як засобу універсального міжнародного спілкування в межах здійснення успішної професійної діяльності. Якісна гармонійна професійна підготовка фахівців у вищих навчальних закладах фінансово-економічного напрямку можлива за умов реалізації основних принципів функціонування й саморозвитку: неперервності, системності, інноваційності, міжпредметності, індивідуальній спрямованості.

Формування іншомовної професійної комунікативної компетентності студентів вищих економічних закладів освіти визначається такими загально-дидактичними принципами, як інтерактивність, мовленнєво-мисленнєва активність, контекстуалізація, науковість, свідоме засвоєння знань, систематичність і послідовність навчання та ін. і конкретизується специфічними принципами навчання, наприклад, міждисциплінарності, орієнтації на майбутню професійну діяльність. Крім того, для формування іншомовної професійної комунікативної компетентності фахівця фінансово-економічної сфери необхідна відповідна організація навчального процесу та створення сприятливих педагогічних умов, націлених на покращення вказаного процесу, методична робота щодо розвитку якого визначаються [2, с. 121] за такими напрямками:

а) системність та науковість навчальної інформації щодо програмного матеріалу з прикладним орієнтуванням роботи студентів;

б) створення позитивної мотивації студентів до їхньої комунікативної діяльності у різних діалогових ситуаціях, направлених на подолання мовного бар'єру та активне оволодіння іншомовної загальної та професійної лексики;

в) узгодженість та наступність навчального матеріалу, спрямованих на поступове ускладнення та зв'язок інформаційних блоків для їхнього кращого сприйняття та опрацювання;

г) свідоме засвоєння навчального матеріалу, яке відображає позитивне ставлення студента до іншомовної професійної комунікативної компетентності,

сформоване на основі розуміння її значущості для своєї майбутньої професійної діяльності, засвоєння мовних та мовленнєвих складових як необхідної вимоги до її формування, а саме осмислене сприйняття інформації, яке відіграє вирішальну роль в утриманні і відтворенні лексико-граматичних та комунікативних знань та вмінь іншомовної активності;

д) діалогові методи, прийоми та форми як необхідні методичні підходи для успішності активізації іншомовного комунікативного процесу серед студентів;

е) заохочення для аналізу комунікативної поведінки, який за допомогою викладача або на більш просунутому рівні володіння іншомовною професійною комунікативною компетентністю студентами дає можливість оцінити і скорегувати іншомовну діяльність на її подальше вдосконалення та ін.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вигівська. Ю. Формування культурної компетентності майбутніх фахівців засобами іноземної мови / Ю. Вигівська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.udpu.org.ua/library_files/stud_konferenzia/2013/visnuk_15.pdf

2. Разенкова Н.В. Модель формування іншомовної професійної комунікативної компетенції майбутніх бакалаврів фінансово-економічних спеціальностей / Н.В. Разенкова // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка - № 22 (257). – Ч. V. – 2012. – С. 116–125 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: C:\Users\User\AppData\Local\Microsoft\Windows\TemporaryInternet Files\Content.IE5\8RO3149C\vlup_2012_22(5)_18.pdf

ESP: ENGLISH FOR ECONOMISTS

O.V. Gryshchenko

National University of Food Technologies

English for Specific Purposes (ESP) is a specific approach oriented to senior students (adults) whose aim is to learn English in order to communicate a set of professional skills and to perform particular job related functions. ESP covers various subjects from medicine to engineering, accounting, computer science, food industry, business administration, tourism, ecology, agriculture, politics, management, marketing, culture, art, economics, sports, advertising, consumer goods industry, law, nursing, mechanical industry, banking, aviation, human resources, architecture, etc.

The ESP approach helps students to get subject-matter knowledge related either to their field of study or to the sphere of their work. So, it means that it differs from other programs. Firstly, it is not focused on all four language skills (reading, writing, speaking, listening) equally. Secondly, it gives more subject-matter and necessary context the students require. Thirdly, the students can use in practice what they learn or have learnt right away in their work or studies. Fourthly, the ESP learning is challenging and motivating. And the students who are willing to learn English for work or study are usually highly motivated. This double motivation enhances teaching-learning processes. Lastly, the program is usually not long-term and helps to see some positive results soon.

As any other approaches this approach implies the responsibility of a teacher and the responsibility of a learner. An ESP teacher should organize the course (select and design course materials), set goals and objectives for students' achievements, create necessary and positive learning environment, provide students with feedback.

English for economists is a branch of this approach. This is a skills-based course designed specifically for students of economics. It should provide carefully graded practice and profession in the key academic skills that all students need, including listening to lectures and speaking in seminars. This kind of course should equip students with the specialist language they need to be ready to participate within their economic department. The program is focused on the key economic vocabulary.

In-class learning strategies have to be supported with out-class ones: open lectures on specific topics of specialists (native speakers) where students will be able to listen to other speakers apart from their teacher and ask questions; seminars and discussions to enable students' interaction and give the possibility to use the language in practice.

Nowadays there is a wide range of course books which can be chosen for teaching different groups of students [1], [2], [3] and very many teaching resources (and resources available on the Internet) that can make teaching efficient and help students master the language. Modern educational technologies combined with effective traditional teaching methods can stimulate students' cognitive and learning activity, and improve the whole educational process.

REFERENCES

1. Ellman P. English Grammar for Economics and Business. For students & professors with English as a foreign language. – Amsterdam. – 189 p.
2. English for Economists (англ. мовою): Англійська мова для студентів економічних спеціальностей : навч. посібник / Л.Ю. Шапран, Г.А. Чередніченко, А.І. Куниця. – К. : ТОВ «ПанТот», 2014. – 220 с.
3. Roberts M. English for Economics in Higher education studies. Course Book. – Garnet Education. – 140 p.

РОЛЬ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

І.М. Довгун, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується незворотними процесами глобалізації економіки, культури та політики. Участь України в цих процесах відбувається через її міжнародні зв'язки й використання міжнародного досвіду в різних сферах діяльності. Процеси інтеграції світової спільноти, зокрема в галузі економіки, призводять до змін у вимогах, що висуваються до кваліфікаційної підготовки сучасного фахівця економічного профілю. За цих умов особливого значення набувають такі якості випускника вищого навчального закладу, як високий професіоналізм, ініціативність і креативність у вирішенні задач, мобільність, здатність до самоосвіти, до налагодження ділових контактів з іноземними партнерами та кваліфікованої професійної діяльності в іншомовному середовищі. Отже, навчання іноземній мові стає важливим засобом формування професійної компетентності, зростає актуальність набуття професійної іншомовної комунікативної компетентності для спеціаліста будь-якого фаху, що забезпечить ефективність діяльності й використання актуальної інформації.

У зв'язку з наближення мовної підготовки майбутніх фахівців до загальноєвропейських та світових стандартів, що є визначеними в Загальноєвропейських Рекомендаціях з мовної освіти, необхідна трансформація навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю через перегляд, зокрема, його змісту і навчальних технологій. Формування складових професійної компетентності спеціаліста в умовах сучасної освітньої програми передбачає, що метою діяльності студента є не оволодіння системою інформації щодо основ наук, а формування здібностей до виконання майбутньої професійної діяльності.

Упродовж останніх десятиліть з'явилися психолого-педагогічні дослідження з проблеми підготовки майбутніх фахівців економічного профілю. Аналіз літератури свідчить про те, що проблема формування професійної компетентності з різних наукових позицій завжди цікавила науковців, але особливої актуальності вона набула останнім часом. Досліджувана проблема формування професійної компетентності, окремі її аспекти знайшли висвітлення у наукових дослідженнях багатьох учених: Андрущенко В. П., Бондаренко В. В., Волкова Л. В., Замкова Н. Л. Сікорська Л. О., Яцишин О. М.

Володіння іноземною мовою стає один з визначальних факторів у формуванні сучасного висококваліфікованого фахівця. Для спеціалістів з вищою освітою, зокрема для економістів, знання іноземної мови стає не тільки засобом отримання інформації з оригінальних джерел, але й засобом професійної комунікації. Працівникам економічного профілю доводиться спілкуватися із своїми зарубіжними партнерами, знайомитися з їх принципами, методами і прийомами роботи, обмінюватися досвідом. Педагогічні інновації у практиці підготовки фахівців мають бути послідовно проведені у всіх формах роботи з ними й охоплювати як загально-методичні засоби навчального процесу (нова навчально-методична література, сучасні методи тестування знань, використання новітніх інформаційних технологій, діалогічний метод освіти, який перетворює інформацію у знання і розуміння), так і його практичні засоби, які дозволяють об'єднувати теорію і підготовку безпосередньо на робочих місцях, формувати підприємницькі навички, ініціативність і конкурентоспроможність [2].

На успішність формування професійної компетентності впливає низка чинників, що зумовлюють рівень засвоєння знань студентами, зокрема: педагогічний соціум; форми навчального процесу; самостійна робота студентів; особистісний потенціал; здібності; соціальне оточення [1].

Важливість формування професійної компетентності у майбутніх фахівців економіки визначається декількома чинниками, а саме: специфікою їх професійних обов'язків, що безпосередньо має відношення до вирішення економічних проблем; зростаючими вимогами ринкової економіки до професійної компетентності фахівців; необхідністю формування спеціалістів системи професійних особистісних якостей та знань (діловитості, компетентності, мобільності, відповідальності, вміння аналізувати економічні ситуації та приймати обґрунтовані рішення, вміння орієнтуватися в іншомовному діловому середовищі завдяки знанням іноземної мови).

Таким чином, сьогодні вже ні в кого не виникає сумніву в тому, щоб бути висококваліфікованим спеціалістом і належним чином розв'язувати проблеми, які стоять перед Україною, треба володіти хоча б однією іноземною мовою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пиралова О. Ф. Современное обучение инженеров профессиональным дисциплинам в условиях многоуровневой подготовки [Електронний ресурс] / О. Ф. Пиралова. – М.: Академия Естествознания, 2009. – Режим доступу: <http://www.rae.ru/monographs/62>.

ВПРАВИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ НАВИЧОК ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ

О. В. Кияшко, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

На сьогодні вимоги сучасності до фахівців економічних спеціальностей підвищуються рік у рік і включають не лише високий рівень знань та вмінь за фахом, але й володіння іноземною мовою на відповідному рівні. Це пов'язано з тим фактом, що сучасний фахівець отримує нову фахову інформацію через іноземні джерела. Сьогодні вивчення іноземних мов сприяє реалізації таких напрямків професійної діяльності, як ознайомлення з новими технологіями, науковими гіпотезами і тенденціями, видатними інноваціями в галузі економіки; встановлення та підтримка контактів з іноземними фірмами, підприємствами та партнерами через безпосереднє спілкування, або за допомогою технічних засобів зв'язку [2, с.40].

Зв'язок навчання іноземній мові у немовному вищому навчальному закладі з професійною підготовкою фахівців обговорювалися у наукових працях Т. М. Шепеленко, С. А. Самойленко та ін.; навчання усному професійному спілкуванню іноземною мовою у немовному вищому навчальному закладі констатувалися у дослідженнях І. В. Самойлюкевич, Л. І. Богатикової, М. Г. Кочнева та ін.

Треба також зазначити, якщо іноземна мова в будь-якому навчальному закладі вивчається для спілкування, то саме через це побудова процесу навчання іноземних мов у вищих навчальних закладах економічного профілю повинна концентруватися на вдосконаленні навчання всіх видів мовленнєвої діяльності (монологічного та діалогічного).

Діалогічне мовлення має двосторонній характер. Спілкуючись, співрозмовник виступає то в ролі мовця, то слухача, який повинен реагувати на репліку партнера. Іншими словами, обмін репліками не може здійснюватись без взаємного розуміння, яке відбувається через аудіювання [3, с.38].

Такі види завдань можуть бути використані для тренування навичок діалогічного мовлення:

- Прослухайте діалог, використовуючи візуальну опору (слайди, відео, картинки, тощо);
- Прочитайте діалог за ролями;
- Заповніть порожні місця у репліках діалогу(розкрийте дужки);
- Складіть діалог за прикладом(зразком);
- Відтворіть діалог використовуючи лексику по темі та інші.

Вправи можуть бути скомбіновані з повтором граматичного чи лексичного матеріалу. Використання вправ для розвитку діалогічного мовлення може відбуватися як на початку, так і наприкінці заняття. Роль викладача треба зменшити і представити її як корегуючу(або контролюючу).

ЛІТЕРАТУРА

1. Біленька О., Павлюк А., Чепурна О. Business English Essentials. – Тернопіль: Видавництво Карп'юка, 2003. – 200 с.

2. Николаєва С.Ю., Шерстюк О.М. Сучасні підходи до викладання іноземних мов. // Іноземні мови – 2002. - № 1. – с. 39 – 46
3. Тучина Н. В. Комунікативні вправи і завдання // Англійська мова та література.– 2003.– № 22–23.– С. 38–39.
4. New Way of Using Communicative Language Games.TESOL.Alexandria VA.- 1999.

ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

В.В. Мірочник, викладач

Національний університет харчових технологій

Соціальне і культурне значення іноземної мови важко переоцінити, особливо у цей історичний період соціально-економічної та політичної розбудови нашої держави і визначення та стабілізації її місця й ролі на міжнародній арені. Все це і зумовило переосмислення ролі іноземної мови як важливого і необхідного засобу міжкультурного спілкування. Тому іноземна мова дедалі активніше набуває статусу соціально-економічного і політичного механізму порозуміння між різними представниками світової спільноти у різноманітних сферах їх життєдіяльності.

Вивчення іноземної мови в сучасному світі - це один з найважливіших складових моментів сучасної, успішної людини. Знання хоча б однієї іноземної мови розширює кругозір, дозволяє довідатися культуру й звичаї іншого народу. Здається, що кожна людина прагла б бути успішною і щасливою у бізнесі. А в цьому випадку знову ж дуже навіть може допомогти знання іноземної мови. По-перше це додаткові знання, по-друге фахівця, що володіє іноземною мовою роботодавці частіше беруть на роботу. Втім, і це не найголовніше. Основний момент - це можливість зануритися в світ загадкового й незбагненого, це можливість спілкування з людьми й з іншим шаром світогляду й ментальності. Загальноприйнято вивчати англійську мову, як міжнародний еквівалент спілкування. Вважається, що через декілька років 1,5 мільярди людей - чверть всього світового населення - буде розмовляти англійською.

Кожна сучасна молода людина прекрасно розуміє, що без вивчення іноземної мови вона не зможе одержати належних знань, а в майбутньому і відповідного робочого місця. Кожна молода людина розуміє, що без елементарних знань у плані користування комп'ютером вона не тільки не зможе працювати за будь-якою професією, а й буде виглядати у колі своїх друзів людиною із застарілими поглядами на життя.

Знання людиною іноземних мов вважається престижним і вигідним з комунікативної точки зору. У повсякденному житті ми часто стикаємося зі словами і фразами зарубіжної лексики, найчастіше англійськими. Ця мова є універсальною, жителі багатьох країн спілкуються тільки на ній. Вивчення англійської мови відкриває ряд можливостей для людини і привносить значний внесок в його розвиток.

Невід'ємною складовою професійної підготовки спеціалістів різного профілю є вивчення іноземної мови, яка є важливою частиною сучасного ритму життя. Вивчення іноземної мови – крок надто важливий, тобто потребує значних зусиль. Це також запорука майбутньої вдалої кар'єри студентів.

Глобалізація економіки, розвиток міжнародних зв'язків, необхідність спілкуватися з іноземними партнерами - все це змушує керівників компаній при інших рівних умовах віддавати перевагу кандидатам, які знають хоча б одну мову - і найчастіше це англійська.

Іноземна мова для фахівців відрізняється від літературної мови: якщо ви читаете Шекспіра в оригіналі, це ще не означає, що з такою ж легкістю ви зрозумієте опис програмного забезпечення, закон про інтелектуальну власність, міжнародні стандарти обліку або історію хвороби пацієнта. Мало того що спеціальна англійська рясніє термінами - в ній і звичайні слова можуть набувати зовсім іншого значення.

Особливо цінним володіння іноземною мовою може стати для фахівців, яким доводиться витримувати на ринку праці серйозну конкурентну боротьбу. І виграє її той, хто має не лише фундаментальну освіту, але і додаткові переваги. Одна з них - знання іноземної мови. Для яких професій цей фактор стає ключовим?

Володіння англійською мовою потрібно економістам, особливо якщо вони планують влаштуватися не на рядову позицію в невелику компанію, а у велику організацію. Відмінне знання іноземної мови необхідно фахівцям юридичного та фінансового сектору: незначна, здавалося б, помилка в офіційному документі може призвести до серйозних наслідків, тому від професіоналізму цих працівників залежить репутація і добробут бізнесу компанії в цілому. Все частіше і частіше компанії необхідно конкурувати не тільки з вітчизняними, а й з іноземними фірмами. І тут без консультацій і співробітництва із західними колегами просто не обійтися. Особливо важлива англійська мова для бухгалтерів, тому що ділова іноземна лексика дуже відрізняється не тільки від розмовної лексики, але і від загальноживаної. Поряд зі спеціалізованою термінологією бухгалтерами широко використовуються скорочення і аббревіатури, усталені словосполучення і кліше. Англійська документація, фінансова звітність, податкові системи, аудит, все це так само відрізняється від російськомовних аналогів і має свої особливості. Крім того, необхідно досконало знати основи ділового листування та документації, для ефективного використання фахової літератури, довідників і посібників.

Таким чином, слід зробити висновок, що знання іноземної мови підвищує шанси знайти більш цікаву і високооплачувану роботу. А також розширює вибір: фахівці можуть розглядати не тільки українські, але й західні компанії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Заболотська О. О. Формування кроскультурної компетенції у студентів / О. О. Заболотська // Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка. – 2011. – №13(224). – Ч. I. – С. 74–86.
2. Запорожцева Ю. С. Міжкультурна компетенція як професійна якість учителя іноземної мови [Електронний ресурс] / Ю. С. Запорожцева. – Режим доступу : http://www.zippo.net.ua/index.php?page_id=586.

ФЕНОМЕНИ В ТЕКСТАХ ЕКОНОМІЧНОГО ЗМІСТУ

О. В. Найдюк, канд. філол. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Прецедентні феномени неодноразово досліджувались з точки зору лінгвокультурології та міжкультурної комунікації на основі художніх текстів. Ми звертаємо увагу на тексти економічного змісту та наявність у них прецедентних феноменів. Прецедентний феномен – це компонент знань, позначення та зміст якого добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальний і використаний у когнітивному й комунікативному плані. Розуміння текстів, що містять прецедентний феномен ґрунтується на фонових й енциклопедичних знаннях адресатів. Типами прецедентних феноменів є ім'я, висловлення, ситуація, текст. <....> Прецедентні феномени можуть мати універсальний і національно-специфічний характер [1, с. 492-493].

У текстах економічного змісту прецедентні феномени проявляють власну специфіку, яка обумовлена такими основними характеристиками як інформативність, цілісність, логічність в подачі інформації. Тексти економічного характеру містять наступні прецедентні імена: 1) прецедентні імена первинно економічного характеру, які можуть переходити в загальний фонд знань (Keynes, Marx, Smith); 2) імена, які прецедентні лише в економічному суспільстві (Rostowski and Auerbach, Komai); 3) імена, прецедентні для пересічного комуніканта (Stalin, Reagan, Achilles, Gosbank) [2]. Імена в економічних текстах можуть ставати прецедентними в контексті теоретичних досліджень, окремих економічних теорій ті законів, а також різної економічної діяльності.

Прецедентні висловлення в текстах економічного характеру представлені двома типами:

1) висловлення економічного характеру, які передають загальні знання економіки. Сюди належать вислови учених-економістів, які пов'язані з тою чи іншою проблемою (If an economy is not running at full capacity , more saving might, paradoxically, result in less output rather than more) і галузеві терміни економіки, які виступають у якості прецедентних висловлювань особливого роду, характерні лише для текстів даного типу (Keynesian aggregate demand);

2) висловлення неекономічного характеру, які виконують загальнонаукову функцію (латинські цитати) [2].

Прецедентні ситуації представлені в економічних текстах такими типами: 1) ситуації початково економічного характеру (the Great Depression of the 1930s) і 2) ситуації неекономічного характеру, які мали вирішальний вплив на економічну діяльність і подальший економічний розвиток (September 11, hurricanes Rita and Katrina) [2]. Загалом, прецедентність ситуацій формується за рахунок таких ознак як відомість, частотність вживання та чітка асоціативність.

Специфікою вживання прецедентних феноменів у текстах економічного змісту є те, що вони передають економічні знання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова . – Полтава: Довкілля – К, 2006. – 716 с.

2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.disscat.com/content/pretsedentnye-fenomeny-v-angloyazychnykh-nauchnykh-tekstakh-ekonomicheskoi-tematiki>

МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

О.В. Никитенко, ст. викладач

Мотивація відіграє величезну роль при вивченні будь-якої навчальної дисципліни, і іноземна мова не є винятком. Мотивація - основний компонент структури навчальної діяльності. При цьому велике значення самої особистості як суб'єкта цієї діяльності.

Згідно з визначенням І.Зимньої, мотив - це те, що визначає, стимулює, спонукає людину до виконання певної дії [1, с.131]. Тобто, мотив розглядається як внутрішнє спонукання до навчальної діяльності, викликане особистими потребами самого студента, його життєвою позицією, вихованням в сім'ї. Як пише С. Занюк, «дуже важливо, щоб вчитель розумів, що успіх залежить не тільки від здібностей, але й від мотивації досягнення, та ураховував це як при відборі обдарованих людей, так і під час роботи з ними» [2, с. 268].

Під мотивацією слід розуміти організацію такої навчальної діяльності, яка спрямована на більш глибоке вивчення іноземної мови, її вдосконалення і прагнення розвивати потреби пізнання іншомовної мови. Розрізняють два види мотивів: внутрішні і зовнішні. Внутрішні мотиви розвиваються під впливом власних думок студента, його прагнень, переживань, виникнення певних потреб, в результаті чого з'являється усвідомлення внутрішньої необхідності. Мотив може бути позитивний і негативний. Основні фактори, що сприяють формуванню у студентів позитивних мотивів до вивчення іноземної мови, такі: розуміння цілей навчання; зміст навчального матеріалу; зацікавленість предметом; професійна спрямованість; емоційна форма проведення занять викладачем; усвідомлення важливості отриманих знань; оцінка знань; величезне бажання вивчати іноземну мову, без знання якої неможливо жити в сучасному світі.

Зовнішні мотиви не пов'язані зі змістом навчального матеріалу. До них відносяться: обов'язок (студент повинен вивчати даний предмет, щоб отримати залік, скласти іспит); оцінка (прагнення набрати якомога більше балів за модуль, за семестр); використання іноземної (переважно англійської) мови як засобу отримання та обміну інформацією, користування комп'ютером та мережею Інтернет для отримання знань в різних галузях науки і техніки, користування різними програмами для виконання розрахунків, курсових проектів і навчальних завдань; вивчення англійської мови з метою кар'єрного росту чи з метою знайти роботу за кордоном; вивчення мови з метою здійснення туристичних подорожей, для спілкування з іншими людьми; соціальний мотив (студент усвідомлює соціальну значимість вивчення англійської мови); підвищення навичок розмовної мови для участі в міжнародних конференціях і зустрічах; самоствердження (студент вчить мову, щоб досягти визначеного положення в житті), тощо. Зовнішня мотивація зумовлена обставинами, які примушують студента вчити слова, читати текст, робити вправи часто всупереч бажанню, настрою, самопочуттю і зайнятості.

Внутрішня мотивація переважає над іншими мотивами, забезпечує успішну навчальну діяльність, викликає задоволення від самого процесу навчання та результатів своєї праці. Внутрішні мотиви пов'язані зі змістом навчального матеріалу, оволодінням навичками читання і письма іноземною мовою. Комунікативний мотив - одне з найбільш необхідних умінь будь-якої людини спілкуватися однією мовою з іншими людьми. Тому розвиток комунікативних здібностей студентів, їх підготовка до життя в суспільстві є основною метою навчання іноземній мові в університеті. Отже, завдання викладача - навчити студентів спілкуватися іноземною мовою, створюючи певні ситуації, які допоможуть

їм у житті і навчають їх знаходити оптимальне рішення. Це вимагає підвищення професійного рівня викладача, постійного вдосконалення знання свого предмета. Ставлення до іноземної мови безпосередньо залежить від викладача, який створює мотивації у студента своїм прикладом, зацікавленістю, яскравістю. Ставлення до викладача автоматично переходить у відношення до предмета. Викладач повинен бути лідером у процесі пізнання, авторитетом у всіх сферах спілкування зі студентами. Немає більш сильного мотивуючого впливу, ніж власний позитивний приклад, інтерес викладача до іноземної мови та культури країни. Викладач повинен організувати навчальну діяльність, враховуючи професійну спрямованість студентів, застосовуючи різноманітні методи ведення занять, а також давати об'єктивну оцінку знанням студентів.

Таким чином, мотиваційний аспект має важливе значення для активізації всіх психологічних процесів - мислення, сприйняття, розуміння і засвоєння іншомовного матеріалу. Мотиви, сфери бажань, інтересів і схильностей, світогляду, статус студента, його життєві позиції, а також різні ситуації взаємообумовлені і складають гармонійну єдність особистості. Все це є внутрішньою силою, яка спонукає студента вивчати іноземну мову. Для цього необхідно підвищувати рівні мотивації, сприяючи розвитку пізнання та інтелектуальної діяльності у студентів, що, в свою чергу, призводить до підвищення ефективності процесу навчання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зимняя И.А. Педагогическая психология. Учебник для вузов. Изд. второе, доп., испр. и перераб. – Москва.: Издательская корпорация «Логос», 2000. - 384 с.
2. Занюк С. Психология мотивации. – К.: Эльга-Н; Ника-Центр, 2002. - 352 с.

ОВОЛОДІННЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ – ВИМОГА СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

І.П. Тригуб, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

Величезна роль у подоланні найгостріших глобальних проблем людства належить освіті, тому ХХІ століття і називають століттям знань. Стає очевидним, що саме рівень розвитку вищої освіти буде визначати майбутнє країни. У зв'язку з тим, що обсяг знань збільшується у двічі кожні тридцять років і кожний рік оновлюються на 15%, то підвищуються вимоги суспільства до якості професійної освіти, постійно оновлюються технології навчання, загострюється конкурентна боротьба на ринку освітніх і наукових послуг. В цих умовах необхідно постійно вдосконалювати якість освітніх послуг. Політика кожного вузу повинна бути спрямована на створення необхідних умов для повноцінної якісної освіти, враховувати інтереси та здібності особистості студента та забезпечити досягнення конкурентноздатного рівня знань. Підвищення якості освіти необхідно для реалізації основної мети професійної освіти – підготовка кваліфікованого працівника відповідного рівня і профілю, компетентного, відповідального, який вільно володіє своєю професією та орієнтованого в суміжних галузях діяльності, здатного до ефективної праці за фахом на рівні світових стандартів, до постійного професійного росту. Важливою складовою освіти в цілому є гуманітарна освіта студентів, що одержують спеціальну освіту в технічному вузі. Гуманітарна підготовка повинна розширити освіту

«вузького» фахівця, доповнити його освіту такими знаннями, які не є для нього профільними. Мова йде про вивчення іноземних мов. Всім відомо, що в сучасному глобальному суспільстві англійська мова відіграє дуже надважливу роль. По-перше, вона на даний час є основною мовою міжнародного спілкування, мовою, яка широко використовується в системі управління, господарстві, політиці, сфері освіти, науки, спорті, культури глобального суспільства, в багатьох установах і товариствах, особливо міжнародних. Англійська, як і будь-яка інша мова, вивчається тому, що це є основний комунікаційний засіб людини. Так, наприклад, освіта економіста повинна забезпечити йому максимальну включеність в суспільні зв'язки, зробити його конкурентоздатним на ринку праці, сформувати особистість і громадянську позицію. А знання іноземних мов сформує у майбутнього висококваліфікованого спеціаліста комунікативну та інформаційну компетентності, правову свідомість, естетичність, толерантність та ін. Все це дає можливість особистості найбільш повно проявити свої здібності в професійній і життєвій кар'єрах. Якщо раніше професіоналом вважався фахівець, який досяг професійного успіху у своїй спеціальності, то сьогодні для досягнення професійного успіху недостатньо володіти своєю спеціальністю, необхідно мати і інші якості. Разом з володінням технологіями, які забезпечують конкурентоздатність в галузі певної спеціальності, професійний успіх суттєво залежить від володіння такими якостями, як комунікабельність, ерудиція, знання законів функціонування суспільства і поведінки людини, які відображають рівень загальної культури особистості, що може частково забезпечити знання іноземної мови, оскільки метою навчання іноземної мови є оволодіння учнями основами іншомовного спілкування у процесі якого здійснюється освіта, виховання і розвиток особистості. До речі, завдяки вивченню іноземної мови, у студентів покращується пам'ять, увага і вміння зосередитися на своїй думці. І навіть у такому випадку, якщо студент не досягне бажаного рівня знань впродовж навчання у технічному вузі - це вже допомога практично в будь-якій сфері життєдіяльності. Адже ті, хто посилено, вивчають іноземні мови набагато більш зосереджені, уважні, терплячі і кмітливі ніж їх однолітки, які не захоплюються вивченням іноземних мов.

То чому ж важливо знати англійську мову і чому вона може бути корисною майбутньому випускнику технічного вузу? Звичайно, кожна людина хотіла б бути успішною і щасливою в бізнесі, і не тільки. А в цьому випадку знову ж таки може допомогти знання іноземної мови. По-перше це додаткові знання, по-друге фахівця, який володіє іноземною мовою роботодавці охоче беруть на службу. Втім, і це не саме головне. Основний момент - це можливість зануритися в світ загадкового і незбагненого, це можливість спілкування з людьми і з іншим пластом світогляду і ментальності.

І на сам кінець згадаємо про розваги – дивитися фільми та читати книжки в оригіналі набагато цікавіше. Також, перегляд інших надійних джерел на англійській мові, так само як і спілкування з носіями мови допомагає краще вивчити мову.

Отже, суспільство потребує професіоналів, які мають не тільки спеціальні знання, а й високий рівень відповідальності перед державою і громадянським суспільством, а це неможливо реалізувати без гуманітарної освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Леонід Мазур «Наукова картина світу стосовно національної освіти і гуманізації соціуму» // Мандрівець. - квітень. – 2001.
2. Карякин Ю.В. Высшее образование: XXI век: Учебный процесс как предмет науки / Ю.В. Карякин // Научное обеспечение системы повышения

ENGLISH IN GLOBALISED BUSINESS ENVIRONMENT

L. Y. Shapran, PhD

National University of Food Technologies

The global spread of English over the last 40 years is remarkable. It is unprecedented in several ways: by the increasing number of users of the language; by its depth of penetration into societies; by its range of functions. English has official or special status in at least 75 countries with a total population of over 2 billion. One out of four of the world's population speaks English to some level of competence. Demand from the other three-quarters is increasing. Nowadays, English is used for more purposes than ever before. It is the main language of books, newspapers, airports and air-traffic control, international business and academic conferences, science, technology, diplomacy, sport, international competitions, pop music and advertising.

English has become the international language of business, finance, and technology. Everyone working in the corporate bodies is feeling the pressure to learn a common tongue as companies globalize and democratize. These days in formerly national companies such as Renault and BMW, managers, engineers, even leading blue-collar workers are constantly calling and e-mailing colleagues and customers in Europe, the U.S., and Japan. The language usually is English, an industrial tool now as basic as the screwdriver. [1]

The Directorate General for Education and Culture of the European Commission commissioned the study "Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise" held in December 2005 and undertaken by the UK National Centre for Languages, in collaboration with an international team of researchers. Its objective was to provide the Commission and decision-takers in Member States with practical information and analysis of the use of language skills by small and medium size enterprises and the impact on business performance. The study shows that a significant proportion of European companies are losing export business and miss out on contracts as a result of their lack of language skills and intercultural skills. The findings suggest that there is enormous potential for small businesses in Europe to increase their total exports if they invest more in languages and develop coherent language strategies. Recent research shows that companies that enhance their language skills can exploit better the business opportunities in the EU's internal market, which, with nearly half a billion people, is the world's largest. [3]

And how much is English worth for job seekers? In jobs from offices to the factory floor, recruiters say that workers who speak English often command salaries 25% to 35% above those who don't. More important, they can aspire to a host of higher-level jobs that are off-limits to monolingualists. Across all sectors and ranks, non-English-speakers face a harder hunt for fewer and poorer jobs. Many of the leading employers in Europe, including Vivendi Universal and CAP Gemini rarely even consider job applicants without English. Secretaries who lack English can expect to make 30% less – if they're lucky enough to find a job, says temporary-work agency Manpower Inc. And for head-hunters such as Sarah Mulhern of Spencer Stuart in Paris, English is not an option anymore: "It's a requirement." [1]

We witness that English has spread to every corner of the globe, and has become the most important asset in financial success. English, unlike any other language, has come to possess a *global market value*. [2] Professionals who seek a dynamic and successful career in today's diverse global business environment must be able to function at a high level of competence in English in order to achieve their professional goals; otherwise, they risk losing important career opportunities. The basic skills they need are: (1) be confident in their ability to conduct business in English, (2) have verbal fluency for face-to-face business situations, (3) demonstrate professional approach and interaction with clients in English, (4) be confident to effectively represent the organisation at an international level, (5) be able to conduct cross-border communication with colleagues and clients, (6) have good comprehension skills and clear pronunciation.

So, English is increasingly being used as international company language, a trend that will only gain momentum in the coming years. English will replace local languages at certain levels within the workplace. Team-working, project management and leadership will become established parts of the skill base for professionals. Internationalization demands business professionals to be also prepared for the increasingly international roles that they need to play outside the local context. Nowadays, Ukraine needs highly qualified economists, able to work both in the domestic and international economy. The process of integration into the international community, particularly in the fields of economy, leads to changes in the requirements to young professionals. To be competitive on the job market, young professionals should have good knowledge in Business and ESP English, namely have skills in oral (communicating in work situations, making effective presentations, conducting negotiations, communicating effectively in international meetings, handling a wide range of telephone calls, etc.) and written (formal letters, CVs, application letters, memos, faxes, etc.) business communication, and skills for expressing and discussing business ideas and economic concepts in the fields of management, human resources, marketing and advertising, finance.

REFERENCES

1. Baker, Stephen, Inka Resch, Kate Carlisle, Katharine A. Schmidt. The Great English Divide. – *Business Week Online* [Electronic source] // Mode of access: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-07-79_en.htm?locale=fr
2. Dooley, Kevin L. Reshaping Identity: The Impact of Globalization and the Rise of American-English [Electronic source] // Mode of access: <http://www.nssa.us/journals/2007-28-2/2007-28-2-08.htm>
3. Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise *Online* [Electronic source] // Mode of access: <http://www.bloomberg.com/bw/stories/2001-08-12/the-great-english-divide>

РОЛЬ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ДЛЯ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

К.М.Чала, ст. викладач

Національний університет харчових технологій

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку суспільства іноземна мова перетворюється в інструмент, який дає змогу особам, які володіють іноземними

мовами краще орієнтуватися в навколишньому середовищі, успішно виконувати професійні ролі.

Сучасна мовна освіта стала іншою, для неї характерно: міждисциплінарна інтеграція, багаторівневість, варіативність, орієнтація на міжкультурний аспект оволодіння іноземною мовою.

Більш того, новітня європейська мовна політика орієнтує громадян Європи на багатомовність. Без цього успішна інтеграція в сучасному світі просто неможлива. Вивчення в навчальних закладах більш ніж однієї іноземної мови, безумовно, знаходиться в інтересах загальної національної політики України.

В системі вищої освіти відбуваються глобальні за своїми масштабами інноваційні процеси, що вимагають переходу в навчанні від традиційного пасивного накопичення суми знань до вмотивованого засвоєння студентами методів здобуття наукової інформації та вмінь реалізовувати свої знання у професійній діяльності. У зв'язку з цим, навчальний процес у сучасному вищому навчальному закладі має бути спрямований на підготовку всебічно сформованого спеціаліста, мобільність якого на ринку праці забезпечується вільним володінням іноземними мовами. Необхідно використовувати такі форми і методи навчання іноземної мови, які б активізували комунікативну, пізнавальну і творчу діяльність студентів, забезпечували формування знань та умінь, необхідних для майбутньої професійної діяльності.

При вивченні іноземних мов майбутні фахівці мають багато уваги приділяти вивченню культури інших країн, адже середовище в якому вони працюватимуть буде полікультурним, їм доведеться спілкуватись на професійному рівні з представниками різних країн, інших культур, іншого способу мислення, інших традицій тощо, які можуть суттєво відрізнятися від їх власних. Студентів необхідно привчати до терпимості і поваги до представників інших країн. Вивчення культури в найтіснішому зв'язку з країнознавством має бути виділено в окрему методику викладання іноземних мов, і стати невіддільним елементом їх вивчення. Вивчення іноземних мов неможливе окремо від культурного контексту. Недостатньо знати мову, необхідно вміти нею користуватися. Навчання іноземної мови, як реальному засобу спілкування, невід'ємно пов'язано з вивченням суспільних цінностей, реалій та культури інших країн. Окрім цього, реальне, живе спілкування з іноземцями – це постійне міжкультурне спілкування.

Для нормального емоційного розвитку особистості студента особливе значення мають його стосунки з педагогом. Наявна своєрідна психологічна закономірність, яка однаковою мірою виявляється як у школі, так і у вищому навчальному закладі: якщо педагог не викликає у студентів позитивних емоцій, то його можуть ігнорувати як особистість, негативно оцінювати і його риси, які в інших умовах сприймали б, без сумніву, як позитивні. У результаті навіть обґрунтовані вимоги, які ставить такий вчитель, набувають в очах учнів небажаного забарвлення, сприймаються як тиск, диктат тощо. Часто негативне ставлення до педагога зумовлює таке ж ставлення до його предмета.

Резюмуючи вищесказане, варто підкреслити, що вивчення іноземної мови тісно пов'язане з реалізацією принципів професійно-орієнтованого підходу до процесу навчання і специфікою викладання іноземної мови з визначеною метою підготовки фахівців.

ЛІТЕРАТУРА

1. Волкова Л.В. Педагогічна технологія застосування ділової гри у процесі формування іншомовної комунікативної компетентності майбутніх

спеціалістів фінансово-економічного профілю / Л.В. Волкова // Автореф. дис.... канд. пед. наук. – К., 2006. – 25 с.

2. Англійська мова та література: Особистісно-орієнтований підхід до навчання іноземної мови. – 2004. – №1 (47).

EFFECTIVE METHODS TO IMPROVE EMPLOYEE PRODUCTIVITY

K. Chala, O. Mezhyńska-Bruy

National University of Food Technologies

All companies want to improve employee productivity, but how often do they examine their own management practices as a means of attaining it? Studies consistently show that a disturbingly high number of non-management employees are disengaged, not working at full productive capacity. Staff management is sometimes a burden. Some staff repeatedly fail to do what you want them to. They make simple errors that drive you crazy. They seem to lack “common sense”. These are serious issues. Maybe you’re part of the problem. Try these simple but effective techniques.

1. Tell Them Exactly What You Expect

I’ll never cease to be surprised at managers who don’t take the time to tell staff exactly what they want. Sit down with your staff, tell them exactly what you expect, then get them to confirm their understanding: get them to tell you. You tell them. They tell you back. If you find yourself saying “But they already know that”, they probably don’t.

2. Distinguish Between Performance and Behaviour

“Behaviour is what you take with you. Performance is what you leave behind”. Emphasise the performance you want rather than the behaviour. Explain that behaviour is only important where it affects performance. Ensure your staff know the difference.

3. Be Specific

Avoid fuzziness. “Neat and tidy” is too general unless you say exactly what you mean by it. “Following routine maintenance procedures” is a statement of hope not expectation. Add “so that ...” Then specify exactly what you want.

4. Make Expectations Measurable

If you can’t measure it, you shouldn’t expect it. “Maintain good customer relations” is bland and almost useless. You must specify how you’ll measure “good customer relations”. Your staff should be able to measure too so they’ll always “know how they’re going”. If you expect salespeople to convert 2 out of each 5 cold calls, say so. Then provide the resources to make it happen.

5. Support

Put in place systems that support your expectations. If you expect 24 hour turnaround on repairs, make sure your systems actually create that turnaround time. If telephones must be answered a certain way, provide a script for your people to use.

6. Remove Obstructions

This can be a real problem. Obstructions can be physical such as poor equipment, mental or emotional such as lack of self esteem or peer pressure, or procedural: cumbersome rules that hinder performance. As long as obstructions or impediments exist, you won’t get what you want.

7. Release Control To Them

Give successful employees and teams the opportunity to control their work and rewards. Structure a way for them to recommend and apply system improvements. Allow them some latitude in working hours when they reach certain predetermined standards.

8. Ask

Your employees' experience is a huge asset for you. Develop the habit of mining that experience. Be an "asker" more than a "teller". Use questions frequently. Ask "What do you think we should do?" "How can we improve this system?" "What's the best solution to this problem?" "How can we avoid this happening again?" Remember the old adage: "When we talk we repeat what we already know. When we listen we learn something new."

9. Praise

When they meet your standards tell them: over and over again. When they do better, find some extra reward. Praise and reward publicly and sincerely where possible all the time.

This is all simple stuff, not rocket science. But you, the manager, have to make it happen. And you have to persist so that it becomes normal in your business. Until you do, you won't get what you expect. When you do, you won't believe there's any other way.

REFERENCES

1. <http://smallbusiness.chron.com/staff-management-techniques-59972.html>
2. <http://www.dummies.com/how-to/content/ten-ways-for-managers-to-motivate-employees.html>

Підп. до друку 15.04.2015. Формат 64 x 80/16. Друк цифровий.

Ум. друк. арк.12,58. Наклад 15 прим. Зам. № 195

НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68

Свідоцтво про реєстрацію серія ДК № 1786 від 18.05.04 р.